A CIDADE AO NÍVEL DOS OLHOS

SEGUNDA VERSÃO AMPLIADA

LIÇÕES PARA OS PLINTHS

Editado por Hans Karssenberg, Jeroen Laven, Meredith Glaser e Mattijs van 't Hoff
Traduzido por Paulo Horn Regal e Renee Nycolaas

ediPUCRS

A CIDADE
AO NÍVEL DOS OLHOS

SEGUNDA VERSÃO AMPLIADA

LIÇÕES PARA OS PLINTHS

A CIDADE AO NÍVEL DOS OLHOS, SEGUNDA VERSÃO, ESTENDIDA
© EdiPUCRS, 2015

EDITORA
Pontifícia Universidade Católica do RS
Av. Ipiranga, 6681 – Prédio 33
90619-900 – Porto Alegre – RS – Brasil

EDIÇÃO
Hans Karssenberg, Jeroen Laven, Meredith Glaser e Mattijs van 't Hoff
Stipo. Equipe para Estratégias e Desenvolvimento Urbanos. Roterdã/Amsterdã - Holanda
www.stipo.nl

DESIGN GRÁFICO
Paola Faoro, Direção de Arte
Adalberto Camargo, diagramação

TRADUÇÃO
Paulo Horn Regal e Renee Nycolaas

© 2015 Texto e imagens dos autores / fotógrafos

Esta obra foi licenciada sob autorização de Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported License. Você pode Compartilhar (copiar, distribuir e transmitir a obra) e Re-misturar (adaptar a obra), sob as condições de Atribuição (você deve atribuir a obra do modo como foi especificado pelo autor ou licenciante, porém, de maneira nenhuma sugira que eles endossam você ou o uso que deu à obra), Não comercial (você não está autorizado a usar esta obra para objetivos comerciais), e Compartilhe Igualmente (se alterar, modificar ou produzir com base nesta obra, você poderá distribuir o trabalho resultante apenas e desde que sob esta mesma licença, ou uma outra similar a esta).
www.creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C568 A cidade ao nível dos olhos : lições para os plinths / editado por Hans Karssenberg ... [et al]. – Dados Eletrônicos. – Porto Alegre : EDIPUCRS, 2015.
340 p.

Modo de Acesso: <http://www.pucrs.br/edipucrs>
ISBN 978-85-397-0713-3

1. Urbanismo. 2. Arquitetura. 3. Planejamento Urbano. 4. Cidades – Planejamento. I. Karssenberg, Hans. II. Título.

CDD 711.4

Ficha Catalográfica elaborada pelo Setor de Tratamento da Informação da BC-PUCRS

A Cidade ao Nível dos Olhos é um projeto *open source*. Visite www.thecityateyelevel.com para:

- Baixar o livro (pdf) e encontrar mais capítulos, versões estendidas e capítulos novos
- *Links* e outras informações, e filmes da Cidade ao Nível dos Olhos
- Instrumentos e materiais práticos; desde *plinths* até *placemaking*
- A rede daqueles que contribuíram, e contribua você também

Entre em www.facebook.com/thecityateyelevel e faça parte da comunidade, encontre inspiração cotidiana e compartilhe eventos na The City at Eye Level.

A CIDADE AO NÍVEL DOS OLHOS

SEGUNDA VERSÃO AMPLIADA

LIÇÕES PARA OS PLINTHS

Editado por Hans Karssenberg, Jeroen Laven, Meredith Glaser e Mattijs van ‘t Hoff.
Traduzido por Paulo Horn Regal e Renee Nycolaas.

EDIPUCRS

PORTO ALEGRE
2015

CONTEÚDO

08 **PRÓLOGO**
Joan Clos

10 **PREFÁCIO**
Hans Karssenberg, Jeroen Laven, Meredith Glaser, Mattijs van 't Hoff

OS BÁSICOS

14 **A CIDADE AO NÍVEL DOS OLHOS**
Hans Karssenberg e Jeroen Laven

26 **RUAS COMO LUGARES**
Fred Kent e Kathy Madden

29 **ENCONTROS IMEDIATOS COM PRÉDIOS**
Jan Gehl, Lotte Johansen Kaefer e Solvejg Reigstad

36 **HISTÓRIA DA CIDADE, RUA E ANDAR TÉRREO**
Jouke van der Werf, Kim Zweerink, Jan van Teefelen

48 **PENSADORES ICÔNICOS**
Meredith Glaser, Mattijs van 't Hoff

EXPERIÊNCIA DE LUGARES

56 **VALORES ECONÔMICOS DE UMA CIDADE CAMINHÁVEL**
Alexeer Stahle

60 **INGREDIENTES BÁSICOS PARA SE ACHAR NAS NOSSAS CIDADES**
Wouter Tooren & Camilla Meier

64 **EXPERIÊNCIAS NA RUA NUMA CIDADE DOMINADA PELO CARRO**
Tine van Langelaar e Stefan van der Spek

68 **OS PLINTHS DA CIDADE CALOROSA**
Thaddeus Muller

72 **A CIDADE AO NÍVEL DO OUVIDO**
Kees Went

76 **PESSOAS: A FORÇA DOS MERCADOS**
Peter Groenendaal

81 **PELA FORÇA DE 10**
Norman Mintz

86 **OS ALTOS E BAIXOS DO ESPAÇO PÚBLICO**
Martin Knuijt

90 **DUBLIN, DEPOIS DA EXPLOSÃO E COLAPSO**
Ciarán Cuffe

RUAS COMO LUGARES

96 **UM GRÃO MAIS FINO NAS RUAS DE SYDNEY**
Anna Robinson

101 **DESENHAR A PARTIR DA RUA**
Ton Schaap

106 **INCORPORANDO PRÉDIOS**
Marlies Rohmer

111 **AS CIDADES DO FUTURO SÃO CIDADES FAVORÁVEIS AO USO DA BICICLETA**
Meredith Glaser & Mikael Colville-Eersen

115 **STREET PERFORMING: BAIXO CUSTO E ALTO IMPACTO**
Vivian Doumpa e Nick Broad

118 **A ALMA ENCANTADORA DAS RUAS DA ROCINHA**
Renee Nycolaas e Marat Troina

122 **RETOMANDO MUMBAI**
Mishkat Ahmed-Raja

126 **PEDESTRIANIZAÇÃO DA MAMA NGINA STREET, NAIRÓBI**
Elijah Agevi, Cecilia Andersson e Laura Petrella

130 **REVITALIZAÇÃO DOS ESPAÇOS ABERTOS EM KIRTIPUR**
Cecilia Andersson

134 **CRIAR ESPAÇO PARA PESSOAS**
Estudo de caso - Valencia Street San Francisco

138 **ABRAÇAR A FLEXIBILIDADE**
Estudo de caso - Sluseholmen Copenhagen

APROPRIAR-SE

144 **ZONAS HÍBRIDAS TORNAM AS RUAS PESSOAIS**
Sander van der Ham e Eric van Ulden

150 **VIRAR PRÉDIOS DE DENTRO PARA FORA, DE FORA PARA DENTRO**
John Worthington

154 **GESTÃO DE RUAS 101**
Nel de Jager

160 **A IMPORTÂNCIA DE 'HERÓIS LOCAIS' NA MELHORIA DO PLINTH**
Hans Appelboom

163 **JAPÃO: O CONCEITO MACHIYA**
Birgit Jürgenhake

166 **UM APELO PARA ESTACIONAMENTOS FLAMENGOS**
Wies Sanders

170 **A MÁQUINA DO TEMPO: O MESMO PRÉDIO, DEMANDAS DIFERENTES**
Jos Gadet

174 **DISTRITOS DE MELHORIA URBANA EM JOANESBURGO**
Cecilia Andersson

178 **MODA REINVENTA UMA RUA**
Estudo de Caso – Klarendal Arnhem

182 **PRAÇAS ESCORREGADIAS E PRÉDIOS DE CONCRETO**
Estudo de Caso – Schouwburgplein Roterdã

DESENVOLVIMENTO DE PROPRIEDADE

188 **UMA INTUIÇÃO DO INCORPORADOR**
Frank van Beek

193 **MANTER A BELA ADORMECIDA ACORDADA**
Robin von Weiler

197 **USO MISTO FAZ DINHEIRO EM ZONAS DE ESCRITÓRIOS**
Jeroen Jansen e Eri Mitsostergiou

201 **ESPAÇOS MARGINAIS NO LA DÉFENSE**
Alessandra Cianchetta

205 **A NECESSIDADE DE SER DIFERENTE**
Tony Wijntuin

209 **ENTRE AS DEMANDAS CONÔMICAS E SOCIAIS**
Petra Rutten

212 **ESTAÇÕES FERROVIÁRIAS COMÓ DESTINOS**
Estudo de Caso - Estação St. Pancras em Londres

216 **CRIAÇÃO DE HABITABILIDADE**
Estudo de Caso - HafenCity Hamburgo

REGENERAÇÃO URBANA

222 **DESCOBRINDO TESOUROS ESCONDIDOS**
Gerard Peet, Frank Belderbos, Joep Klabbers

226 **REINVENTANDO O ANDAR TÉRREO DEPOIS DE 50 ANOS**
Arjan Gooijer, Gert Jan te Velde, Klaas Waarheid

231 **SOB AS FERROVIAS E RUAS**
Mattijs van ‘t Hoff

236 **O PLINTH COMO CATALISADOR DE REFORMA URBANA**
Henk Ovink

239 **DE BOX A NEGÓCIO, UMA INTERVENÇÃO DE BAIXO CUSTO**
Arin van Zee, Willem van Laar

242 **O RENASCIMENTO DA LITCHI BAY**
Lai Shouhua e Jose Chong

245 **COMÉRCIO DE RUA NA WARWICK JUNCTION**
Richard Dobson e Tasmi Quazi

250 **A EXPERIÊNCIA DE 3 HORAS**
Estudo de Caso - Distillery District Toronto

254 **MORAR, TRABALHAR E BRINCAR**
Estudo de Caso - Het Eilandje Antuérpia

REVITALIZÃO POR LIDERANÇA CÍVICA

260 **NO ENTRETANTO**
Emily Berwyn

265 **CULTURA TRAZ VIDA NOVA A PORTO ALEGRE**
Paulo Horn Regal

269 **USAR IMÓVEIS TEMPORARIAMENTE VAGOS PARA UM IMPULSO PERMANENTE**
Willemijn de Boer e Jeroen Laven

273 **O FESTIVAL DE LOJAS VAZIAS EM BUDAPEST**
Levente Polyák

278 **A CIÊNCIA DA DIVERSÃO EM SÃO PAULO**
Jeniffer Heemann

282 **IMAGINAR QUE UM ESPAÇO PODE SER DIFERENTE**
Francisco Pailliè Pérez

286 **150 NOVOS NEGÓCIOS EM 2 ANOS**
Estudo de Caso - Neukölln Berlim

PARA UMA CIDADE AO NÍVEL DOS OLHOS

292 **TEMAS, DIMENSÕES E LIÇÕES QUE CONTRIBUEM**
Jan van Teeffelen

295 **TAKE ACTION #1 – RUA: O PLACE GAME E O JOGO DO PLINTH**
Hans Karssenberg

301 **TAKE ACTION #2 - DISTRITO: BOTTOM-UP SE ENCONTRA COM TOP-DOWN AO NÍVEL DOS OLHOS**
Jeroen Laven, Gert Jan te Velde e Paul Elleswijk

307 **TAKE ACTION #3 – CIDADE: PROPRIEDADE É A CHAVE PARA TRANSFORMAÇÃO COM SUCESSO**
Emiel Arends e Gábor Everraert

312 **80 LIÇÕES PARA UMA BOA CIDADE AO NÍVEL DOS OLHOS**
Hans Karssenberg, Jeroen Laven e Mattijs van ‘t Hoff

APÊNDICE

332 **BIOGRAFIAS**

339 **AGRADECIMENTOS**

340 **CRÉDITOS DAS FOTOS**

PRÓLOGO

Joan Clos

O caráter de uma cidade é definido pelas suas ruas e espaços públicos. Desde praças e bulevares até jardins comunitários do bairro e *playgrounds* de crianças, os espaços públicos emolduram a imagem da cidade. Na história das cidades, jamais foi possível um desenvolvimento urbano bem-sucedido sem um plano e um sistema bem organizados dos espaços públicos e uma conectividade das ruas dentro das cidades. Ruas desempenham um papel crítico nas cidades, conectando espaços, pessoas e bens, e, através disso, facilitando comércio, interação social e mobilidade. Ruas e espaços públicos contribuíram, também, com a definição das funções culturais, sociais, econômicas e políticas nas cidades e municípios.

Hoje em dia, no planejamento de uma cidade, muitas vezes a interação e a multifuncionalidade entre ruas, espaços públicos e as fachadas dos prédios no andar térreo (os *plinths*) foram ignoradas e negligenciadas. Geralmente, as ruas são vistas apenas como as ligações numa rede de ruas, possibilitando deslocamentos, e isso muitas vezes acabou definindo como as ruas são usadas. Onde o espaço público é inadequado, mal desenhado, ou privatizado, a cidade se torna cada vez mais segregada. Onde o andar térreo de um prédio e a sua relação com a rua e o espaço

público são ignorados, o seu uso e desenho fazem com que o espaço seja pouco atraente e, às vezes, inseguro.

Nessa trilha, a UN-Habitat enfatiza o papel de ruas e espaço público como uma matriz que conecta, sobre a qual as cidades saudáveis e prosperas devem crescer, abraçando as exigências essenciais de ser inclusivas, conectadas, seguras, acessíveis, multifuncionais e habitáveis. Por essa razão, é particularmente importante a qualidade das fachadas no andar térreo, perto das quais passamos, ao nível dos olhos, para aprimorar a sustentabilidade ambiental, enriquecer a qualidade de vida e promover equidade e inclusão social. Instrumentos e regulamentos para fortalecer a relação entre o andar térreo e a rua melhorarão a interação entre os espaços privados, semiprivados, semipúblicos e públicos.

Espaços públicos atraentes e redes de ruas bem conectadas estimulam mais pessoas a caminhar e pedalar, melhorando a sua saúde enquanto reduzem o trânsito motorizado, uso de energia e poluição. Desenhando prédios, construindo fachadas e espaços públicos, a atenção deve ser centrada não apenas no próprio espaço, mas na interação entre forma, função e conectividade entre os prédios, a rua e os espaços públicos. Esses espaços precisam ser suficientemente flexíveis para servir a uma variedade de usuários e usos, variando de informais a formais.

Esta publicação “A Cidade ao Nível dos Olhos – lições para os *plinths*” proporciona lições, abordagens e práticas inspiradoras e valiosas sobre como fachadas bem desenhadas e ruas e espaços públicos apropriadamente projetados e gerenciados não apenas contribuem para a melhoria do caráter global visual de uma cidade, mas também estimulam as atividades econômicas e aprimoram a sua funcionalidade.

Dr. Joan Clos
Vice-Secretário-Geral das Nações Unidas e Diretor Executivo, UN-Habitat

PREFÁCIO

Hans Karssenberg, Jeroen Laven, Meredith Glaser, Mattijs van ‘t Hoff

No inicio de 2012, iniciamos o projeto que viria a ser *A Cidade ao Nível dos Olhos: Lições para os Plinths,* um livro que foi publicado no final daquele ano. A palavra “plinth” era nova para muitos leitores. Em holandês, o “plint” significa rodapé, porém também descreve o andar térreo de um prédio. Buscamos respostas coletivas à pergunta: como podemos criar um andar térreo agradável para o usuário, que seja flexível para os próximos anos, adaptável para usos múltiplos, agradável para os olhos, e tudo isso com poucos recursos financeiros. Usando a nossa própria especialidade no que diz respeito a esse tema, e a da nossa rede, rapidamente transformou-se num projeto *open-source* com contribuições de mais de 40 autores e muitos exemplos internacionais. Depois da publicação do livro e do lançamento do *site* (www.thecityateyelevel.com), recebemos várias reações positivas. Mas a história continua.

O primeiro livro focou nos *plinths* na cidade: os andares térreos que negociam interior com exterior, público com privado. Após realizarmos *plinth games* em Estocolmo e Amsterdã, e outros projetos de “desenvolvimento público” como ZOHO Rotterdam, continuamos refinando a história. Atualmente está muito claro que *plinths* são apenas uma parte da história. O que nós agora priorizamos é a *escala humana*: a verdadeira cidade ao nível dos olhos. Além dos *plinths*, incluímos componentes não apenas físicos como fachada, edifício, passeio, rua, ciclovias, árvores – mas também os aspectos emocionais e sociais. O que faz de um espaço um lugar para estar e um lugar para relaxar? E o mais importante, *quem*? Esta edição atualizada e revista faz uma ótima tentativa de contar a história toda.

Assim como evolui a cidade, também evolui o campo do planejamento urbano. Em todos os nossos projetos atuais, nos apoiamos muito pouco no ensino que tivemos em planejamento. No final, não estamos mais planejando cidades – estamos reinventando, reusando e vivendo nelas. Os nossos projetos mais significativos e impactantes são fundamentados nos princípios de co-criação e dependem de iniciativas experimentais, que partem das bases, desenvolvidos de baixo para cima, de uso temporário, estratégias baseadas em usuários e lugar, e urbanismo *do it yourself*. Para nós, co-criação está na base da geração de efeitos a longo prazo. Quem está presente à mesa, quais redes estamos usando, quais recursos temos para compartilhar, quais ferramentas podemos usar? Como os padrões de parcerias estão mudando e as municipalidades locais/regionais não têm mais bastiões, vemos vários grupos de usuários em volta da mesa, membros da comunidade, proprietários, incorporadores, empreendedores e indústrias públicas/privadas. Este livro tenta captar os diferentes grupos e compartilhar as suas histórias também.

O grupo alvo deste livro são todos os envolvidos em melhorar as cidades: planejadores urbanos, prefeituras, arquitetos, políticos, incorporadores, empreendedores, e a lista continua. Estende-se mesmo até os "novos investidores" na cidade – um grupo cada vez mais importante, que inclui organizações públicas e privadas e empresas de setores como educação e saúde.

Estamos muito agradecidos pelo trabalho árduo e pelo tempo dedicado por aqueles que contribuíram.

Hans Karssenberg, Jeroen Laven, Meredith Glaser e Mattijs van 't Hoff
Junho 2015

OS

BÁSICOS

A CIDADE AO NÍVEL DOS OLHOS: ESTRATÉGIA DO PLINTH

Hans Karssenberg e Jeroen Laven

Um *plinth* é o andar térreo de um prédio. É a parte mais crucial do prédio para a cidade ao nível dos olhos. O que você, como pedestre, vivencia quando olha em volta? Os prédios, os seus usos e os seus desenhos fazem um entorno urbano atrativo em que você se sente em casa? Os *plinths* conectam com os fluxos dos pedestres na área urbana? Quais são as boas funções para os *plinths*? Que conjunto de ações e parcerias é necessário para transformar *plinths* não funcionais? Nos últimos anos, a Stipo trabalhou em vários tipos de estratégias de *plinths*: desde o programa *CityLounge* no centro de Roterdã até a transformação da rua mais feia de Amsterdã numa rua acolhedora; desde a moda para Klarendal em Arnhem, até *plinths* melhores em áreas residenciais e de regeneração.

A Haarlemmerdijk em Amsterdã

Antuérpia

PORQUE PLINTHS?

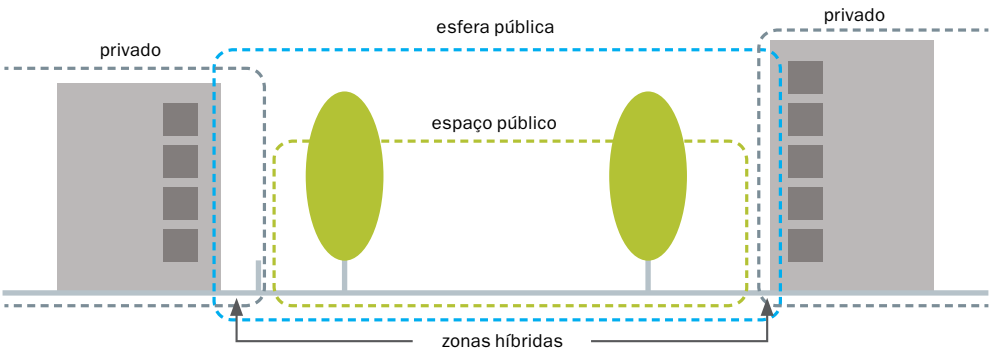
A cidade não é somente um entorno funcional, mas também um entorno de experiência. A função foi bastante dominante

nas *ú*ltimas décadas, devido à combinação de uma grande produção de construções pós-guerra e a industrialização do processo de construção. Porém, experimentamos atualmente, pelo menos nas economias ocidentais, uma mudança de ‘fazer a cidade’ para 'viver a cidade’. Novas construções e áreas de crescimento persistirão, mas a reinvenção das estruturas urbanas existentes será mais dominante.

Depois de décadas de funcionalismo, talvez uma correção agora seja necessária: mais atenção para a experiência urbana, ou calor urbano como a chamamos de um ponto de vista da psicologia urbana. Além disso, a economia do conhecimento, a cada vez maior interconectividade num nível global, *co-working*, a competição entre comércio e áreas residenciais, o crescimento do número de pessoas com níveis mais elevados de educação, orientadas para o urbano, e o número maior de famílias de uma ou duas pessoas, não provocam somente uma reavaliação da cidade como um todo, mas fazem também com que a experiência daquela cidade se torne algo cada vez mais importante. As praças, os parques e terraços são os lugares onde trabalhadores do conhecimento trocam as suas ideias. Locais de varejo e cultura estão atraindo cada vez mais pessoas, bem como áreas residenciais mostram um sentimento mais urbano. Tudo faz parte de um movimento maior do renascimento urbano, causado pelos trabalhadores do conhecimento mostrando novo interesse nas cidades, aquelas com áreas urbanas misturadas e espaços públicos maravilhosos.

PLINTHS E A ESFERA PÚBLICA

Moradores urbanos experienciam as suas cidades no que chamamos de a ‘esfera pública’. Tem um significado maior do que somente ‘espaço público’; inclui fachadas de prédios e tudo que pode ser visto ao nível dos olhos. Em razão disso, *plinths são uma parte importante de prédios: o andar térreo, a cidade ao nível d*os olhos. Um prédio pode ser feio, porém, com um *plinth* vibrante, a experiência pode ser positiva. O contrário também *é possível: um prédio pode ser muito bonito, porém se o andar térreo é um muro cego, a experiência na rua* pouco será positiva.
Plinths são cruciais para a experiência e atratividade do espaço urbano, seja em áreas residenciais ou comerciais. Pesquisadores mostram que, se o destino é seguro, limpo, relaxado e fácil de compreender, e se os visitantes passeiam com as suas expectativas atendidas ou excedidas, esses visitantes permanecerão três vezes mais tempo e gastarão mais dinheiro do que numa estrutura antipática e confusa.



Esquema Esfera Pública

Mr Vissersplein, centro urbano de Amsterdã. Não há portas, uma fachada fechada. Bons *Plinths não são óbvios*

Bons *plinths são de interesse da economia urbana, e não somente* em razão dos gastos de consumidores. Um mercado de trabalho equilibrado com suficientes pessoas com um nível mais elevado de educação demanda um entorno urbano funcional para viver, fazer compras e brincar. A economia do conhecimento e a experiência requerem espaços com caráter, um ambiente bom, um lugar para se encontrar e interagir. O entorno urbano inteiro configura esse ambiente, porém os *plinths têm um papel chave. O andar térreo pode ocupar somente 10% de um prédio,* mas ele determina 90% da contribuição do prédio à experiência do entorno.

BONS PLINTHS NÃO SÃO INERENTES

Embora tudo isso possa parecer *ló*gico, não temos boas experiências em todo lugar nas cidades. Porque *é assim*? Nos projetos em que trabalhamos, encontramos todos os tipos de razões para que a combinação de intervenções do governo e atores de mercado não necessariamente resulte em bons *plinth*s.

Para começar, muitos prédios do passado foram desenhados com uma outra perspectiva de design, e os seus *plinth*s simplesmente não são apropriados para funções públicas atrativas. Ao mesmo tempo, existe o movimento de 'desenhar funções internas', direcionando a atenção mais para o mundo interior e não ao entorno urbano: s*hopping*s, complexos multifuncionais para lazer, centros de atenção à saúde e *campus* muitas vezes são maus exemplos. Plantas monofuncionais e

Ypenburg, escola primária nessa área nova com muitas crianças - em vinte anos poderá ser usada facilmente para outras funções

atenção primária para o uso do carro pioram a situação, bem como áreas de escritórios para atividades únicas.

PLINTHS E A NOVA ECONOMIA

Quando um *plinth* é bem feito, varejo, bares e restaurantes muitas vezes proporcionam os lucros mais altos. Em razão disso, atenção é direcionada a funções comerciais para a maioria de projetos de (re)desenvolvimento. Mas isso é sustentável? Nos últimos dez anos vemos um aumento de 50% na superfície do espaço dedicado a varejo na Holanda, enquanto o volume de negócios permaneceu inalterável. Nos próximos anos, o setor de varejo espera que mais 30% desapareçam como consequência de compras feitas via internet. Essas tendências requerem uma nova perspectiva, para programar *plinths* com funções diferentes, como habitação bem desenhada no andar térreo. Ao mesmo tempo, teremos que parar de concentrar funções sociais, como escolas primárias em novos prédios multifuncionais (e introvertidos), e criar espaços nos *plinths* flexíveis que podem mudar de acordo com novos usos, digamos, a cada década.

Muitas ruas estão sob pressão; perderam tr*ânsito* de pedestres e a quantidade de imóveis vagos está aumentando. Ruas que se dirigem aos centros urbanos, ruas em volta de junções de transporte (público), ruas em áreas de escritórios e ruas em áreas residenciais são confrontadas com imóveis vagos ou discrepâncias (usos inadequados e/ou uma imagem fraca). Essa tendência pode parcialmente ser vista como ciclo natural

Weesperstraat Amsterdã, escritórios muitas vezes não têm *plinths* atrativos

da vida urbana, e parcialmente como consequência de outras causas, como o foco em mudanças nos centros urbanos, políticas fracas de locação, ou fracassos de desenho.

Dado que funções residenciais, *co-working*, fazer compras e lazer tornaram-se cada vez mais *footloose*, a experiência fica cada vez mais importante. Novas tendências podem melhorar a qualidade de *plinths*, bem como comércio autêntico, a necessidade de bares novos para *co-working*, funções criativas temporárias e lojas *pop-up*. Em qualquer caso, uma boa estratégia de *plinths* terá que abraçar uma grande variedade de funções, inclusive funções sociais e habitação no andar térreo.

ATORES CHAVES DE PLINTHS

Além dessas tendências, é útil olhar para as posições de alguns dos atores mais importantes: promotores imobiliários, proprietários, empreendedores e locatários. Para promotores imobiliários, o *plinth* é mais do que tudo parte do seu prédio, ao invés de eles pretenderem com isso criar uma rua. Além disso, financeiramente, eles são de importância secundária. Se existe procura suficiente para os escritórios ou apartamentos nos andares acima, a construção pode começar. Pois um *plinth* em uso é um bônus, embora não seja um ponto crucial na decisão de investir.

Donos de escritórios ficam satisfeitos quando podem alugar 90% dos seus prédios. Para eles, o *plinth* muitas vezes é um mercado completamente diferente, difícil e fragmentado. Na maioria dos escritórios para atividades únicas, o andar térreo é

apenas uma entrada ou ponto de segurança. Do ponto de vista do usuário, como podemos ver em muitas ruas de escritórios, esses *plinths* contribuem pouco para a qualidade e atividade da esfera pública.

Infelizmente, muitos *designers* também falham. Não todos, porém muitos arquitetos são mais focados em desenhar prédios, ao invés de criar boas ruas. E no desenho da esfera pública adjacente, todo tipo de interesse também desempenha um papel, como o tráfego; e experiência e qualidade residencial muitas vezes não vêm em primeiro lugar. Por fim, mas não menos importante, usuários privados que às vezes preferem (e lhes é permitido) fechar suas cortinas para a rua.

Como podemos ver, mesmo que nos demos conta da sua importância, *plinths* bons não são nem um pouco evidentes. Nas próximas décadas, haverá mais pressão econômica sobre os *plinths*, e autoridades locais e proprietários terão que colaborar entre si se quiserem boas ruas. Colocando de uma outra maneira: alcançar bons *plinths* e uma boa esfera de experiência urbana requer um governo ativo e um mercado ativo. Uma estratégia precisa seria aquela na qual governos, promotores imobiliários, *designers*, proprietários e locatários, todos assumissem o seu papel. E em razão de todo bairro e toda rua ser diferente, todos requerem uma estratégia diferente.

Coolsingel Roterdã, antes e depois da estratégia do *plinth*

TENDÊNCIAS DOS PLINTHS

Na prática, não vemos somente um interesse novo do ponto de vista de ambos, os usuários e os *designers*, mas somos ao mesmo tempo confrontados com grandes mudanças do programa. Funções varejistas, residenciais, comerciais e sociais são confrontadas com desenvolvimentos recentes que proporcionam novas ameaças e novas oportunidades para os *plinths*. Os próximos são os mais importantes que encontramos:

Haarlem, simplesmente casas boas no *plinth*

Tendências dos Plinths

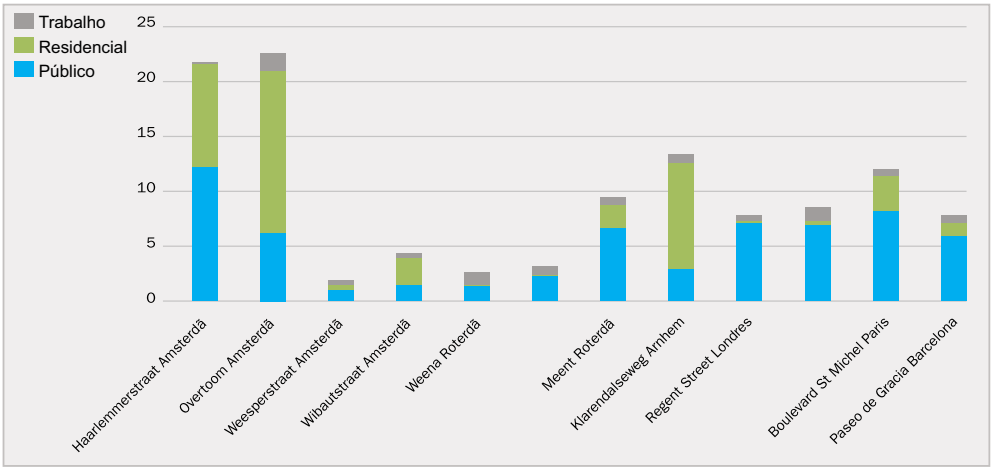
Função	Ameaças ao Plinth	Oportunidades para o Plinth
Varejo	– Fazer compras online, (muito) menos necessidade de espaço comercial – Oferta excessiva de varejo em geral – Lojas de escala maior, cadeias, menos preocupação com os plinths e causando uniformidade – Shoppings fechados, introvertidos, removendo todas as funções dos plinths para o interior. – Propriedades espalhadas nas ruas comerciais, causando que todo proprietário visa o locatário que paga mais, em cada prédio	– Experiência como fator crucial para a competição entre varejo de rua ou online – Novas fórmulas de varejo, como de lojas de azeite e olivas e padarias autênticas. – Novos empreendedores culturais – Indústrias culturais – Lojas temporárias tipo pop-up – Gestão de ruas, centrada na lógica da rua ao invés de na lógica dos prédios
Comercial	– Co-working: menos necessidade de espaço para escritórios, mais prédios vazios. Diminuição da necessidade de 35 % – Prédios orientados ao carro com andar térreo morto – Áreas de trabalho monofuncionais, em áreas unilaterais de escritórios e negócios. – Funções de escritórios no nível térreo com cortinas fechadas e um caráter fechado depois do horário de expediente.	– Co-working: interação e encontros no plinth – Espaços de trabalho e de encontros flexíveis, próximos às junções de transporte público – Uso compartilhado de museus, bibliotecas, prédios públicos, saguões de teatros, instalações desportivas – Uso temporário de plinths vazios – Artesão, ateliês e o setor criativo com funções de serviço – Funções comerciais que precisam do plinth (20 %): Saúde, salão de beleza, alimentação, construção, reparos
Social	– Conjuntos de funções sociais em acomodações multifuncionais e escolas multifuncionais, que removem todas as funções para dentro – Conjuntos de ensino em campus introvertidos – Complexos de saúde introvertidos	– Funções sociais, como a escola elementar, no plinth – Serviços para os bairros de saúde, polícia, fornecedores de habitação, etc. – Novas organizações de corretores entre os usuários e propriedades sociais vazias – Partes públicas nas academias e colégios, como lugares para estágios, incubadoras para novas empresas e estudantes
Lazer	– Complexos de lazer introvertidos – Níveis de conveniência demasiadamente altos no planejamento de restaurantes e bares em projetos urbanos de desenvolvimento – Foco singular no lazer nos centros urbanos	– Restaurantes e bares como funções tradicionalmente boas para o plinth – Restaurantes e bares temporários em plinths vazios – Projetos de museus mais orientados ao público, projetando os cafés e lojas na frente da bilheteria, com orientação para a rua – Exibições temporárias nos plinths
Residencial	– Prédios e conjuntos residenciais, retirados do mundo externo, condomínios fechados e outras medidas causadas por sentimentos de insegurança	– Viver urbano, uma população mais orientada ao plinth, olhos pela rua – Novas combinações de trabalhar e morar – Retorno da quadra urbana fechada com plinths flexíveis

Vendo essas tendências, achamos que bons *plinths não podem ser feitos* somente através de varejo. Segundo algumas estimativas, devido à combinação da oferta acessível criada nos últimos dez anos, e ao aumento de compras *online*, a metade das lojas atuais desaparecerão das nossas ruas. Obviamente, novas fórmulas surgirão, porém é claro que não podemos somente confiar em lojas para criar uma esfera pública melhor. Em razão disso, para proporcionar estratégias de *plinths*, olhamos para novas funções econômicas também, como por exemplo, locais de *co-working*, restaurantes e bares evidentemente (porém aqui também existe um limite), funções sociais como escolas elementares e, sobretudo, habitação no andar térreo.

A ESTRATÉGIA DO PLINTH DE ROTERDÃ

Roterdã é um bom exemplo do que uma estratégia de *plinths* pode significar para uma cidade. Roterdã está buscando maneiras temporárias para melhorar as qualidades residenciais do seu centro urbano, com métodos que são adequados em relação ao seu caráter, oriundo da reconstrução pós-guerra. A cidade se dá plenamente conta de que a sua imagem como um todo depende significativamente da imagem do centro urbano.

Paris, um *plinth* vibrante



Número de unidades a cada lado da rua a cada 100 metros, cumulativo (verde: comercial, vermelho: residencial, azul: funções públicas)

Plano Sul (*Plan South*) de Berlage, em Amsterdã, funções residenciais bem desenhadas nos *plinths*

Plinths convidativos em Botersloot, Roterdã

Depois de um piloto em três ruas, o departamento de planejamento urbano, a equipe de projeto do centro da cidade, o departamento econômico e a Stipo analisaram a situação do centro urbano. Isso resultou em uma nova língua analítica, na qual os fluxos de pedestres durante diferentes momentos do dia, o aumento de valores de propriedades e o mapeamento de lugares de "vamos nos encontrar em..." foram algumas das camadas analisadas. Um mapa de funções também foi feito, porém não para o prédio inteiro, como usualmente, mas somente para a cidade ao nível dos olhos. Tornou-se claro como os andares térreos do centro urbano são formados por ilhas monofuncionais de moradia, trabalho, cultura e comércio. Combinando as camadas de análise, dez áreas foram agora identificadas como aquelas em que uma intervenção é necessária, divididas por abordagens de curto, médio e longo prazo.

COMPARAÇÃO INTERNACIONAL

Um aspecto das ruas boas, variadas é a concentra*ção* compacta de diferentes funções no *plinth*. Para a Weesperstraat em Amsterdã, comparamos quais tipos de unidades se encontram a que distância. Comparamos algumas das "Ruas Maravilhosas" (Allan Jacobs) internacionalmente renomadas: Regent Street em Londres, Les Champs-Elysées e Boulevard St. Michel em Paris, e Paseo de Gracia em Barcelona. Na Holanda analisamos ruas vibrantes como a Haarlemmerdijk e a Overtoom em Amsterdã e a De Meent em Roterdã, e ruas menos vivas, como a Weena em Roterdã e a Wibautstraat e Weesperstraat em Amsterdã.

As nossas conclusões principais são:
- Ruas Maravilhosas têm uma média de uma nova unidade a cada dez metros, com uma casa, uma função pública ou um escritório (isso significa 8-10 unidades a cada 100 metros)
- Ruas Maravilhosas têm um mínimo de uma nova função pública a cada 15 metros (6-8 funções públicas a cada 100 metros)
- Escritórios não são importantes para Ruas Maravilhosas; moradia é possível, desde que não seja demasiadamente dominante como função única. Funções públicas, principalmente, criam Ruas Maravilhosas: lojas, bares, restaurantes, educação.

A Weesperstraat, em Amsterdã, tem uma média de uma função pública a cada 103 metros. A Haarlemmerdijk, do outro lado do espectro, tem uma função pública a cada 8 metros. Porém, a análise da Weesperstraat mostrou que é possível adaptar os andares térreos dos prédios existentes de uma maneira que a rua chegaria próxima *à média das Ruas Maravilhosas.* Combinado com a boa localização na cidade de Amsterdã, a Weesperstraat poderia se tornar uma rua melhor para pedestres. Isso é uma estratégia na qual estamos trabalhando atualmente, em estreita colaboração com a autoridade local e os proprietários na rua, criando uma visão e coalisão para transformar essa rua de escritórios, voltada para carros, em uma rua metropolitana que combine tráfego e espaço para pedestres.

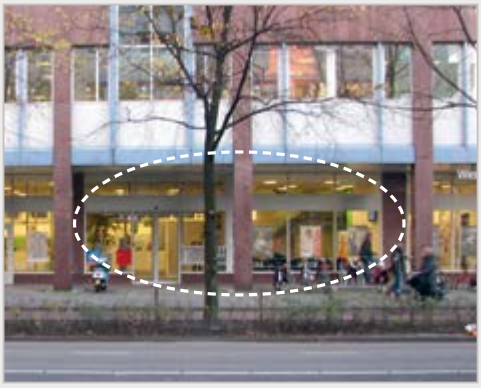
CRITÉRIOS PARA BONS PLINTHS

Então, o que são *plinths* bons e *plinths* ruins? Para que se possa avaliar isso, em colaboração com o Departamento de Planejamento Urbano e Assuntos Econômicos da Cidade de Roterdã, desenvolvemos um conjunto de critérios. Revelou-se que é preciso pesquisar em três níveis: prédio, rua e contexto.

Em colaboração estreita com a Cidade de Roterdã, e utilizando as obras prévias 'Encontros imediatos com prédios' (*Centre for Public Space Research/Realdania Research, Institute for Planning, School of Architecture, The Royal Danish Academy of Fine Arts*, 2004), 'Para uma Bela Cidade para Pessoas' (Jan Gehl, 2004), e Ruas Maravilhosas (Alan Jacobs, 1995), e usando nossa própria experiência da prática, a Stipo desenvolveu um conjunto de três camadas de critérios que deveriam fazer parte de cada análise e estratégia para *plinths*: prédio, rua e contexto.

Todos desses níveis proporcionam 'botões' para que se possa deflagrar uma estratégia do *plinth*. Os níveis não podem ser separados um do outro, eles interagem; se *não há* pessoas suficientes morando na área, por exemplo, ou quando *é escasso* o poder de compra, uma loja pode ter um *plinth* excelente, porém ainda ter dificuldade de sobreviver. Um prédio individual pode ser bem desenhado (de uma perspectiva da rua), porém se o restante da rua tem fachadas cegas, ele não funcionará sozinho. Uma rua pode ser maravilhosa, porém se não está conectada aos fluxos principais no centro urbano, terá mais dificuldade de funcionar.

Analisando os *plinths* através desses níveis, a Stipo constrói uma visão conjunta, apoiada pelos parceiros (proprietários, locatários, governo), e ajuda a implementá-la, com conceitos tempo*rários* e inclusive para novas ruas.



Critério Prédio

Critério Rua

Critério Contexto

1) O prédio:

– Unidades de pequena escala
– Variedade de funções
– Fachadas transparentes
– Caráter especial de arquitetura
– Riqueza de material
– Orientação vertical da fachada
– Uma zona híbrida funcionando bem (a transição de privado para público)
– Sinalização apropriada
– Flexibilidade na altura (4m)
– Flexibilidade no plano de uso da terra (zoneamento)

2) A rua:

– Passear nela é prazeroso
– Conforto físico (vento, som, sol, sombra, manutenção)
– Definição (a altura do prédio deve ser pelo menos a metade da largura da rua)
– Variação de prédios
– Qualidade que capta o olho
– Boa cobertura de *á*rvores
– Facilidades de estacionamento
– Claro começo e fim da rua
– Possibilidades de sentar
– Densidade

3) O contexto

– Público consumidor orientado ao *plinth* (fluxos de pedestres de dia e *à* noite, 5-20 passantes por metro de largura por minuto, capital econômico e cultural nos bairros no entorno)
– Programa urbano especial ou um conjunto especial ou funções econômicas ou criativas
– Boas conexões com a rede de praças e parques
– Parcerias que tomam iniciativa
– Desenho urbano coerente
– Uma boa posição no tecido urbano e nas rotas urbanas para pedestres e ciclistas

RUAS COMO LUGARES

Fred Kent e Kathy Madden, *placemakers*

A ARTE DO CAMINHO

Do ponto de vista prático, *placemaking* (ou criação de lugares) *é uma atividade que* torna espaços públicos físicos lugares que sustentam interação humana, trocas econômicas e bem-estar. É um processo continuamente dinâmico, não é um kit estático de atrações, objetos ou atividades. Vem das pessoas e envolve tudo o que nós vivenciamos ao *nível do*s olhos. Os *Placemaker*s são o instrumento de mobilização da comunidade. Não se trata de desenho, mas de personalidades, destinações, atividades e conexões entre pessoas. O processo prevê o envolvimento de todos, moradores, empresas e o governo local como co-criadores e modificadores de lugares.

Não se trata somente de um só lugar, como um parque ou uma praça ou um edifício. *Placemaking* visa a transição da rua para o espaço de uma série de lugares, uma série de atividades. A vida normal, cotidiana era assim: andávamos pela rua até o correio, depois para a ferragem, casa de queijos, padaria, mercearia, etc. Nós chamamos isso de *a arte do caminho*. Esses são todos lugares que atraem pessoas de maneiras diferentes. A continuidade dessas atividades e das fachadas existia de uma maneira que hoje em dia nos é estranha. Com os modelos de desenvolvimento modernos, perdemos a habilidade de criar espaços ou nós de atividades ao longo da rua. Temos que ter um engajamento maior em compreender melhor a vida na rua e a vida nas calçadas.

Praia urbana Detroit

A COMUNIDADE É O CERNE DO PROCESSO DE PLACEMAKING

Placemaking vem da comunidade, no sentido mais amplo da palavra. Após iniciado o processo de *placemaking* somente faz sentido se ele for apoiado por várias comunidades *na sua* vizinhança imediata. A chave é ter distintos *stakeholders*, residentes locais, crianças, escolas, até empresas e instituições, empreendedores, e todos os tipos de iniciadores, para que eles compartilhem os seus sonhos para um determinado lugar e depois consigam realmente por o *placemaking* em prática. Os lideres (não oficiais) de *placemaking* são *os* "loucos zelosos", os visionários com um sentido de medo pouco desenvolvido e sem a noção das possíveis consequências. Eles fazem o impossível acontecer.

OS OUTROS: DESIGNERS, INCORPORADORES E CORPORAÇÕES

Além da comunidade, *designers* (e arquitetos) podem fazer parte da abordagem, mas estão longe de ser os mais importantes. Somente os *designers* que sabem pensar sobre a arte orgânica e natural de formar o lugar deveriam estar envolvidos. Estamos hesitantes em incluir *designers*, porque muitas vezes eles são focados em criar experiências visuais, em vez de experiências emocionais. Quando os *designers* falam sobre os seus projetos, muitas vezes sentimos falta do apego profundo do qual falamos anteriormente.

Os incorporadores formam um outro grupo. Há algo para ser dito sobre a escala e tipo de projetos que estamos desenvolvendo hoje em dia. A escala é demasiadamente grande, e as decisões têm sido tomadas pelas pessoas erradas,

baseadas em razões equivocadas. Precisamos de um novo tipo de desenvolvimento, que é de uma escala menor, mais preocupada com a rua. Um prédio grande não é uma estratégia. Quando projetos grandes são divididos em projetos menores, pode haver uma estratégia. As pessoas começam a entender o que perdemos. As pessoas não querem somente um lugar físico, elas querem um lugar. *Placemaking* é uma palavra operativa. Não achamos que os incorporadores já tenham sido solicitados ou que já tenham tido a oportunidade de pensar sobre *placemaking*, ou sobre como os seus projetos impactam a esfera pública; eles contaram demasiadamente com os arquitetos. Incorporadores querem algo novo. O conceito de *placemaking* não é difícil de explicar aos incorporadores, já que se trata de algo que atrairá mais pessoas e mais dinheiro. Essa mensagem é relevante para o empresariado. *Placemaking* não é sobre usar mais dinheiro, é sobre receber mais retorno pelo dinheiro empregado. No fim, somos todos interessados na mesma coisa: criar vida na rua e novos tipos de espaços públicos.

Corporações também estão investindo em novos tipos de espaços públicos. Vemos como um passo importante que o investimento das empresas seja parte da solução. A Southwest Airlines, por exemplo, é um parceiro fundamental. Eles realmente buscam o coração de cidades, e querem criar razões para as pessoas viajarem até esses destinos. Como não são profissionais de planejamento, eles enxergam planejamento de uma perspectiva totalmente diferente. Claro que é uma perspectiva empresarial, mas eles o veem mais holisticamente de que os profissionais que trabalham nos projetos, trancados nos seus escritórios. Detroit é um exemplo fantástico. Da mesma forma que a cidade estava batendo no fundo do poço e declarando falência, floresceu: colocamos uma praia no coração da cidade! Isso foi uma proposição ousada, possível graças ao apoio da Southwest Airlines.

As soluções das quais estamos falando são mais leves, mais rápidas, mais baratas. Elas são temporárias. Têm relevância para pessoas. Incorporadores ou corporações *têm menos* receio de soluções temporárias, porque intervenções de *placemaking* não envolvem muito dinheiro. Se uma intervenção não funcionar, podemos experimentar e tentar novamente. Permite experimentação.

PLACEMAKING É UM MOVIMENTO, UM MODO DE VIDA

Na Itália, todos sabem o que é uma *piazza*. É o local de encontro onde as pessoas se reúnem. É um modo de vida. Pessoas são profundamente apegadas às suas *piazzas* locais. É este sentimento que tentamos criar. *Placemaking* é sobre apego profundo. É mais emocional. Tanto quanto a *piazza* é o local de encontro num bairro Italiano, *placemaking* virou um modo de vida. Pessoas querem morar num lugar e desfrutá-lo. Querem participar e conectar-se com outras pessoas.

Estamos percebendo uma grande mudança de fisicamente “criar um lugar” para “viver o lugar”. Essa transição tira o processo das mãos dos *designers* e o leva às comunidades. Vemos as comunidades muito mais engajadas nesse processo. É algo que de que as pessoas se apropriam; é o processo delas e são delas os resultados. Além do mais, o público é mais jovem, mais aventureiro e entende a necessidade de socialização. Estão prontos e conseguem. Querem serviços acessíveis e atrações interessantes. *Placemaking* preserva essas necessidades e também as cultiva. Não é baseado em desenho. O processo pode incluir *designers* locais, mas trata-se mais de pessoas do que de lugar. A energia criativa é palpável. É uma mudança completa de paradigma e é um *big deal*.

ENCONTROS IMEDIATOS COM PRÉDIOS

Jan Gehl, Lotte Johansen Kaefer e Solvejg Reigstad

Artigo primeiramente publicado em 2006 em URBAN DESIGN International, resumido com permissão de Jan Gehl

Historicamente, os municípios surgiram como resultado da troca entre viajantes pelos caminhos e vendedores vendendo os seus produtos em bancas. Depois, as bancas se tornaram prédios e os caminhos viraram ruas, porém a troca entre quem veio e foi e os que ficaram continuou sendo o elemento chave. Prédios urbanos foram orientados aos espaços urbanos por necessidade. Desde então, muitas funções urbanas foram movidas para os interiores, e lojas, instituições e organizações cresceram. Durante o processo, prédios urbanos ficaram maiores, e correspondentemente mais introspectivos e autossuficientes.

De qualquer maneira, pedestres precisam poder andar pelas cidades, estruturas urbanas continuam sendo as paredes do espaço público, e pessoas continuam tendo encontros imediatos com prédios. O que nós queremos do andar térreo dos prédios urbanos é vastamente diferente do que queremos de outros andares. O andar térreo é onde o prédio e a cidade se encontram, onde nós moradores urbanos temos os encontros imediatos com os prédios, onde podemos tocar e ser tocados por eles.

ANDARES TÉRREOS E ARQUITETURA DE ENCONTROS IMEDIATOS

Neste contexto, os andares térreos de todos os prédios são importantes e servem a muitos propósitos, dependendo da localização do prédio, das suas funções e do espaço no entorno. A frente ou a fachada da entrada é especialmente significativa, particularmente em prédios nos quais a fachada faz frente para a rua e para a calçada. De modo geral, encontros imediatos com prédios podem ser divididos em alguns grupos principais.

Andar ao longo dos prédios. O movimento pode ser paralelo aos prédios: pessoas andam ao lado ou ao longo. O movimento pode acontecer também em ângulos perpendiculares à fachada. Pessoas chegam e vão, se aproximam, entram e saem.

De pé, sentado ou ocupado com atividades do lado dos prédios. Habitantes e usuários saem ou estão na entrada para um intervalo. Cadeiras e mesas estão colocadas ao longo da fachada onde o acesso é fácil, onde as costas dos que estão sentados são protegidas e onde há o melhor clima. Fachadas do andar térreo são lugares atraentes também para usuários urbanos que não vivem nos prédios. O 'efeito borda' refere-se à preferência de pessoas por ficar às bordas do espaço, onde a sua presença é mais discreta e onde elas dispõem de uma vista particularmente boa do espaço. Bordas e zonas de transição entre os prédios e os espaços urbanos se tornam o espaço natural para uma ampla variedade de atividades potenciais que ligam funções interiores com a vida na rua.

Enxergar o interior e o exterior de prédios conecta atividades visualmente. O contato visual pelos pedestres nas calçadas urbanas é próximo e pessoal, então o ritmo das oportunidades oferecidas é crucial para a riqueza da experiência do pedestre. O número de portas, janelas, recuos, colunas, as janelas das lojas, detalhes das vitrinas, letreiros das lojas e decorações é importante. (Jacobs, 1993)

EXPERIENCIAR PRÉDIOS

A arquitetura exterior é inextricavelmente ligada aos pontos de vista. Em relação à arquitetura de prédios, o que nós vemos depende de quais ângulos vemos. Como pedestres, temos que estar bem longe para ver um prédio no seu todo. Quando vemos mais de perto, temos que esticar os nossos pescoços e inclinar bastante as nossas cabeças para trás para poder enxergar todo o prédio. Poucas estruturas são desenhadas para olhar daquele ângulo. Quando chegamos mais perto, os andares mais altos gradualmente desaparecem das nossas vistas, até que nós enxergamos somente o andar térreo, ou quando estamos muito perto, somente uma parte, por exemplo, os detalhes nas portas e fachadas.

De mais perto, os nossos outros sentidos são ativados. Aqui, de muito perto, podemos ver, ouvir, cheirar e sentir todos os detalhes, não somente do andar térreo, mas muitas vezes da vitrina e do interior da loja também. Os nossos sentidos de olfato, toque e sabor são estreitamente conectados às nossas emoções. As fachadas térreas impactam emocionalmente mais do que o resto do prédio ou da rua que nós sentimos de muito mais distância e com correspondente menor intensidade. Distâncias curtas proporcionam experiências emocionalmente poderosas. Transferimos as percepções de intimidade, significado e impacto emocional dos nossos encontros com pessoas aos nossos encontros com prédios.

Enquanto a nossa percepção do espaço público depende do ponto de vista e distância, a rapidez com que nos movemos é crucial. Os nossos sentidos são desenhados para perceber e processar impressões sensoriais andando a mais ou menos 5 km por hora: ritmo de passeio. A arquitetura que incorpora detalhes de 5 km/hora combina o melhor de dois mundos: um vislumbre da torre da prefeitura ou dos morros distantes ao final da rua e o contato próximo com as fachadas do andar térreo.

Em contraste com a arquitetura 'lenta' está a arquitetura de 60 km/hora ao longo das ruas dominadas por veículos, onde espaços e sinais largos são necessários, sendo que motoristas e passageiros não podem perceber detalhes quando estão se movendo nessa velocidade. Essas duas escalas alimentam conflitos nas cidades modernas. Pedestres muitas vezes são forçados a andar em paisagens urbanas de 60 km/hora, enquanto novos prédios urbanos são desenhados como prédios monótonos e estéreis de 60 km/hora em ruas tradicionais de 5 km/hora.

Escala & Ritmo: Arquitetura de 5 quilômetros por hora

O IMPACTO DOS ANDARES TÉRREOS NA VIDA URBANA

Quanto mais perto chegamos dos prédios, mais percebemos e nos lembramos do conteúdo do nosso campo de visão. Quando os andares térreos são interessantes e variados, o ambiente urbano é convidativo e enriquecedor. Quando os

Unidades pequenas, muitas portas

Vida na rua: Conversando na frente da porta

Fachadas fechadas com funções uniformes: passivas e sem graça

andares térreos são fechados ou quando lhes faltam detalhes, a experiência é correspondentemente rasa e impessoal.

Estudos fornecem dados sobre muitos aspectos diferentes das ruas urbanas. As fachadas do andar térreo claramente impactam a vida pública. Em frente das fachadas ativas, os pedestres andam mais devagar, mais pessoas param, e mais atividades acontecem nos segmentos das ruas mais simpáticas, mais povoadas. Quando somamos tudo, vemos que o número de paradas e outras atividades é sete vezes maior em frente de fachadas ativas, em comparação a fachadas passivas.

Uma conclusão principal, então, é a de que fachadas fechadas, sem vida, tornam as pessoas indiferentes, enquanto fachadas abertas e interessantes ativam usuários urbanos. É importante notar que o nível de atividades na rua é quantitativo, em princípio – uma medida de quantas pessoas e quanta vida e atividade disponíveis. Porém, um nível de atividades não necessariamente indica uma melhor qualidade urbana. Não podemos somente focar em quantas pessoas andam, param, estão sentadas ou ficam em pé; é importante também ver que há um conteúdo de qualidade, prosperidade de experiências, e sim, o simples prazer de estar nas cidades.

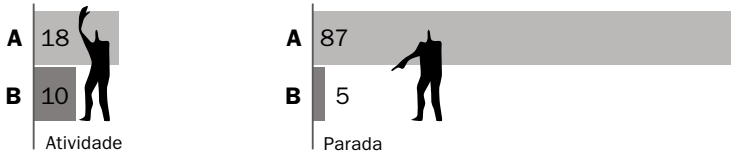
O conhecimento sobre os fatores que influenciam positivamente a vida urbana é um instrumento importante para planejar cidades melhores. Este tipo de conhecimento inclui os argumentos mais necessários, para promover políticas para o andar térreo e para as fachadas: a variedade de experiências e o prazer completo de passear pela cidade. O que nós temos que fazer é estimular e insistir na liberdade de movimento para os pedestres nas suas próprias cidades. E a arquitetura do andar térreo tem um papel chave nesse contexto.

Comportamento do pedestre na frente dos andares térreos nas ruas principais

A média de todas as pessoas que passam a pé pelos segmentos da fachada de 2x10 metros nas sete áreas estudadas

Atividades por hora na frente dos andares térreos nas ruas principais

A média na frente de cada fachada de 10 metros nas sete áreas estudadas



No total há sete vezes mais atividades e tempo gasto na frente de fachadas interessantes

A= área com fachadas variadas, muitas portas, contato visual, muitas funções e
E = área com fachadas uniformes, poucas portas, sem janelas, com poucas ou sem funções.

O parque Granby, temporário, em terras a espera de revitalização, no centro de Dublin

Apelo aos sentidos, também a noite

A ARQUITETURA DO ANDAR TÉRREO

É importante analisar funções em áreas urbanas novas e estabelecer onde a arquitetura de encontros imediatos pode ter o seu papel. Onde há as rotas para pedestres mais importantes? Quais fachadas são as mais importantes? Onde as pessoas na nova área urbana terão mais contato com os prédios? Onde e como o desenho dos novos prédios pode contribuir para a vida e a qualidade em novas áreas urbanas? A questão não é o que o novo contexto urbano pode fazer para o seu prédio, mas o que o novo prédio pode fazer para o contexto.

O principio prioritário de planejamento deve ser: primeiramente vida, depois espaço, depois prédios. Pois o primeiro passo de um projeto deve ser o estabelecimento da localização e os critérios de qualidade para os espaços públicos mais proeminentes da cidade, com base em preferências específicas a respeito do caráter e o grau de vida pública na nova parte da cidade. Pois diretrizes de desenho urbano para novos prédios podem ser formuladas (Gehl Architects 1998 & 2000). Diretrizes amostrais que podem ser usadas para o desenvolvimento de projetos:

– Respeitar as linhas das fachadas
– Estabelecer funções do andar térreo que convidem o público (lojas, bares, restaurantes e outros componentes ativos)
– Garantir um mínimo de 10 entradas a cada 100 metros de fachada para criar vida e variação ao nível dos olhos
– Garantir um mínimo de 4 metros de pé-direito no andar térreo para que se proporcione espaço para atividades públicas
– Estabelecer requisitos de desenho para fachadas, bem como variação, recuos, detalhes e verticalidade.
– Reduzir significativamente o aluguel do andar térreo, para que se garantam unidades pequenas, muitas entradas e uma mistura atraente de unidades frente aos mais importantes espaços e rotas de pedestres

O DIÁLOGO ENTRE A CIDADE E O PRÉDIO

Ocasionalmente, pode ser refrescante quando um prédio não insiste numa conversa amigável com as pessoas que entram ou passam. Porém, pode ser um problema quando a falta de diálogo vire também uma prática comum nos desenhos de novos prédios. Quando os novos prédios são implantados em lugares que pessoas usam frequentemente, os prédios devem aprender a ter uma conversa significativa com os espaços urbanos e as pessoas dentro deles. Prédios e espaços urbanos devem ser vistos e tratados como um ser unificado que respira como um só. E os andares térreos, mantendo a tradição e com bons argumentos sensoriais, devem ter um desenho unicamente detalhado e acolhedor.

Boa arquitetura de encontros imediatos é vital para boas cidades.

REFERÊNCIAS

Gehl Architects (1998), *Byrum and Byliv – Aker Brygge* [Public Space and Public Life in Aker Brygge, in Danish], Oslo.

Gehl Architects (2000), *Transparens – Kontakt mellem ude og inde, Aker Brygge* [Transparency – contact between inside and outside in Aker Brygge, in Danish]

A.B. Jacobs (1995), *Great Streets*, MIT Press, Cambridge MA

HISTÓRIA DA CIDADE, RUA E ANDAR TÉRREO

Jouke van der Werf, Kim Zweerink e Jan van Teeffelen, historiadores de arquitetura e urbanista

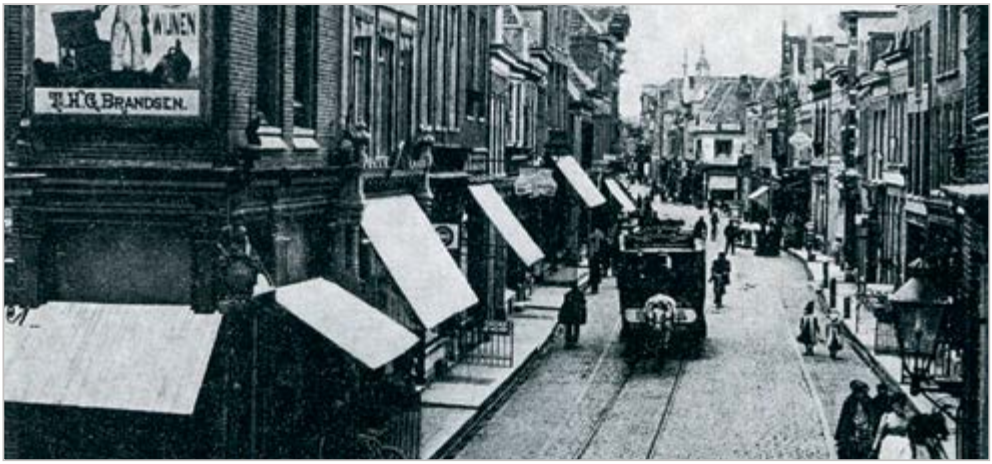
Cidades são centros para a troca de bens, cultura, conhecimento e ideias. A rua urbana é o cenário onde essa troca acontece: é o acesso à casa e ao trabalho, e a passagem para outros lugares dentro e fora da cidade. Durante séculos, as ruas da cidade tiveram uma vibração natural e dinâmica, onde se aglomeravam várias funções. Até a metade do século 20, a rua representava um sistema integrado de movimento e de vida social e econômica. Isso mudou nos anos 1960 e 1970, quando intervenções em grande escala focadas em trânsito minaram a importância da rua para troca social e econômica. Passou a ocorrer uma partilha do espaço público utilitário, definida por exigências funcionais e de um espaço social de múltiplas funções.

Precisamente naquela época de grandes obras viárias, pessoas como Jane Jacobs, Kevin Lynch e Gordon Cullen chamaram atenção para a escala humana. Eles explicaram que a cidade deve ser considerada pela forma como *pessoas* vivem a cidade: ao nível dos olhos. Suas publicações hoje parecem mais atuais do que nunca. Desde o início da década de 1980, vemos uma consciência crescente de que, conectando-se as escalas diferentes da cidade, pode-se melhorar a sua viabilidade. A localização de uma rua ou praça na cidade como um todo, a conexão de várias redes, bem como as suas características sociais e econômicas, são cruciais. Assim como também o é o *plinth*, o andar térreo, onde a interação entre a rua e os edifícios acontece.

Cada rua urbana passa por um processo de ascensão e queda, e épocas diferentes deixam suas marcas que serão sentidas na era seguinte. Essas relíquias urbanas incluem histórias de como se definiu a forma urbana, opiniões sobre a cidade e sua urbanidade, inovações técnicas ali aplicadas, a economia da cidade, o desenho do espaço público e conceitos de engenharia de tráfego implantados. Este capítulo oferece

Comércio e trânsito em Londres, Cheapside (1831)

Paris, uma conexão forte entre prédios, o *plinth* e a rua cria uma cidade atrativa



Langestraat Amersfoort (Holanda), as ruas continham a dinâmica de viver, trabalhar e se deslocar

uma perspectiva geral de algumas tendências para cada período sob três perspectivas: a forma da cidade, a rua e o *plinth*.

IMBRICANDO VIVER E TRABALHAR (ATÉ 1850)

Cidade

Muitas cidades foram fundadas em interseções de ruas ou cursos d'água, como, por exemplo, Berlim, Hamburgo, Valência, Sevilha, New York, Londres ou Amsterdã. Nestes cruzamentos acontecia troca de bens e de ideias e, normalmente, um núcleo urbano se estabelecia tendo como principais funções urbanas o porto, o mercado, bolsa de valores, casa de pesagem, igreja e prefeitura – geralmente com uma praça central. Fortificações formavam o delineamento da zona rural. Em razão do crescimento do comércio e das manufaturas, a população também crescia. Inicialmente, isso resultou em crescimento dentro da cidade, mas logo a área urbana se expandiu ao longo das principais ruas. Com essas expansões, as fortificações também se modificaram.

Rua

As ruas principais coincidiam com ruas naturais e cursos d'água e formaram conexões com áreas rurais. A vida social e econômica acontecia nas praças, ruas, cais e pontes, onde os mercados se estabeleciam. No século 16, os mercados eram especializados, todos oferecendo outros produtos como peixe e frutas. Os nomes das ruas ainda nos lembram dos bens que antigamente eram ali vendidos, como por exemplo, Butterbridge (Ponte da Manteiga), Haymarket

Antuérpia Mercado (Bélgica) por volta de 1600
Mercado Fabrica em Bolonha (Itália) 1411
A Jansstraat em Haarlem (Holanda), pintada por Gerrit Berckheyde em 1680, mostra o alinhamento das fachadas

(Feira de Palha), etc. Até o século 19, a maior parte do transporte de mercadorias acontecia através da água. Com as cidades florescendo e o trânsito e atividades se intensificando, o número de ruas e pontes aumentou e as ruas e praças mais frequentadas foram pavimentadas com paralelepípedos. As regulações para as edificações aumentaram: regras para alinhamento das fachadas, *bay windows* e bancas permitiram um bom fluxo de trânsito. A altura dos edifícios foi também limitada no século 17, para que a luz do sol pudesse chegar até a rua.

Plinth

Ruas comerciais especializadas como conhecemos hoje não existiram nas cidades antes do século 19. A vida, o trabalho e o comércio aconteciam no mesmo prédio e rua onde os artesãos expunham a mercadoria na frente das suas casas. Depois, essas bancas ganharam um caráter permanente e foram incorporadas nas fachadas. Desde o fim da Idade Média, a zona de passagem entre a rua e casa era marcada por um desnível ou uma varanda. O desnível era uma placa elevada, que podia assegurar que carroças não chegariam demasiadamente perto da casa, e era usada para exibir bens. A rua consistia de uma série de rebaixos e patamares, divididas por bancos e cercas. Nas cidades do norte da Itália como Bolonha, arcadas formavam essa passagem entre a casa e a rua e proporcionavam sombra. Aqui, as portas permaneciam abertas o dia inteiro nos séculos 15 e 16 – qualquer um podia olhar para dentro e entrar. Entre o século 16 e o século 18, a paisagem da rua com suas fachadas, seus térreos e seu espaço público tornou-se mais uniforme.

Paisagem da rua medieval: espaço público como uma extensão da casa
Rua em Londres, século 18: as casas seguem uma linha contínua, os letreiros das lojas estão de volta, e *fradinhos* separam a rua das calçadas

O ENGODO DA MODERNIDADE 1850-1940

Cidade

No século 19, surgiram novos meios de transporte. Ferrovias e estradas tornaram-se importantes para o transporte de pessoas e bens, o que acontecia numa escala crescente. Portos, áreas industriais e residenciais foram construídos fora da cidade ou no local das fortificações. As novas estações de trem também se localizaram no limite da cidade e tornaram-se novas áreas nucleares com uma concentração de infraestrutura, habitação, indústria e espaço público. Casa vez mais as pessoas saíram do antigo centro da cidade para essas novas áreas que eram mais acessíveis por trem ou bonde.

As características do traçado da cidade, nesse período, são os eixos monumentais, com a separação entre as principais ruas agitadas com lojas e negócios, e, mais atrás, as ruas residenciais, mais calmas. Nas áreas residenciais, localizavam-se lojas nas esquinas, enquanto uma separação de funções ocorria no centro da cidade: morar era o menos importante e o número de lojas (de departamento) e escritórios aumentou, resultando num crescimento de escala da quadra. Devido à produção industrial, estoques foram armazenados e, no século 19, surgiram nas ruas os primeiros armazéns, rapidamente seguidos por grandes lojas e grandes bazares. A construção de arranha-céus nesse período é reservada às cidades dos EUA. Para evitar ruas escuras, New York adaptou a lei de zoneamento em 1916 para a altura e largura de torres.

Rua

A separação das funções e novas áreas urbanas e bairros resultaram em aumento do tráfego. Na cidade, a circulação melhorou devido às grandes obras viárias e novas pontes. Em Paris (sob a direção do Barão Haussman) e em Londres (por exemplo, a construção da Regent Street) a

Budapest (Hungria) Estação Oeste e Praça, 1912

Chicago, vista de rua, década de 1920

Champs Elysées em Paris, por volta de 1880

Vienna Ringstrasse (Austria), desenvolvido na segunda metade do século 19

modernização da cidade acompanhou novos e largos bulevares pelo centro histórico. Desde o século 19, fluxos de tráfego foram separados; em 1861, a calçada já era um meio importante para dar aos pedestres seu próprio espaço nas ruas agitadas. Também havia seções separadas para trilhos elétricos a para carga, nas quais as árvores providenciavam a divisão. Nas fortificações anteriores, os trilhos eléctricos na via circular em torno de Viena (Vienna Ringstrasse) conectam os principais prédios da prefeitura, o parlamento, os palácios reais e teatros em um desenho grandioso.

Paris e Nova York foram cidades proeminentes no século 19 e no começo do século 20. Lojas de departamento e pequeno comércio varejista se desenvolveram ao longo das maiores vias urbanas e praças, em volta das estações, e nas ruas por onde passavam linhas de bonde. Os *'grands magasins'* Le Bon Marché e Printemps de Paris e os novos prédios de escritórios de New York são rapidamente copiados por outras cidades, assim como bulevares com lojas e prédios de escritórios foram criados nos principais centros urbanos.

Plinth

O surgimento de lojas e escritórios resultou numa rua completamente diferente. As fachadas transformaram-se em fachadas de loja atrativas, que exibiram bens, para seduzir os transeuntes. Era comum montar as vitrinas o mais repletas possível. As fachadas de loja desenhadas com cuidado eram construídas sobre uma base fechada e decorada e com uma grande superfície de vidro. A entrada era recuada, criando uma pequena alcova. O *plinth* enatão existia como uma série de janelas diferentes em forma, altura, largura e decoração. As ruas comerciais e as fachadas seguiram um novo fenômeno, primeiramente introduzido em Paris, depois em Bruxelas e Milão: a galeria ou passagem. Essas arcadas com lojas de luxo não serviam apenas para fazer compras, mas também eram lugares para passeios.

New York, por volta de 1900

Fachadas de lojas em Haia (Holanda) por volta de 1900

O primeiro *shopping* nos Estados Unidos: Cleveland, 1890

SAINDO DO CENTRO DA CIDADE (1945-1970)

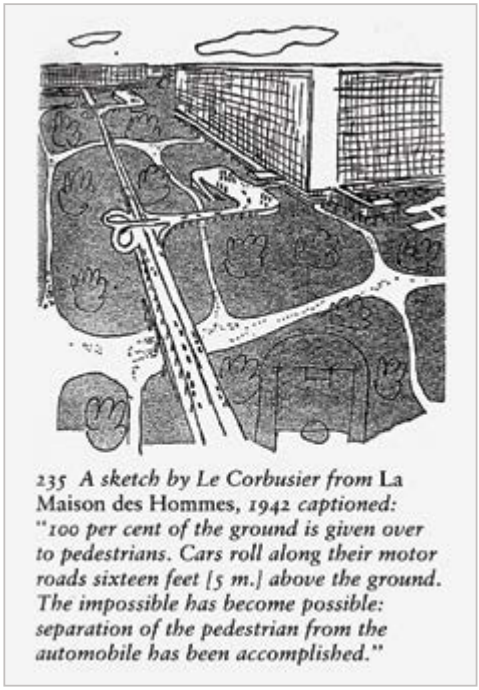
Cidade

Depois da Segunda Guerra Mundial, o fácil acesso para automóveis ao centro da cidade e novas expansões urbanas viraram prioridades. O uso do automóvel explodiu nesse período: o número de automóveis na Holanda, por exemplo, aumentou de 30.000 em 1945 para 4.000.000 em 1980. O principal conceito de planejamento era a separação entre morar, trabalhar, utilidades e tráfego. Os centros das cidades se desenvolveram em locais ideais para escritórios e utilidades. Cidades severamente danificadas durante a guerra usaram as áreas vazias para acomodar o aumento do tráfego. Outras cidades focaram em grandes obras viárias para conectar os seus centros com novos anéis viários (como em Utrecht, Holanda). Esse desenvolvimento para o tráfego de automóvel e a renovação urbana em grande escala foram também criticados por Jane Jacobs, com seu pleito por ruas locais com uso misto e com uma escala humana.

Novos bairros residenciais foram desenvolvidos fora da cidade existente, em *New Towns* e Cidades Jardim, com autoestradas entre elas e ferrovias como barreiras principais. Esses projetos derivaram das ideias do CIAM, como o projeto para a Ville Radieuse de Le Corbusier, que tinha grande aversão pela 'rua corredor', a rua fechada. As suas ideias foram implementadas em muitos projetos residenciais na Europa, com ruas elevadas e edifícios altos. Ao invés de quadras fechadas, o tecido urbano consistia de loteamentos abertos, com uma mistura de prédios baixos, médios e altos num ambiente verde. De acordo com o conceito de planejamento que prevalecia na Europa, distritos foram divididos em bairros menores com uma pequena zona comercial no seu centro. Nos anos 1960 e 1970 ocorreu uma degradação dos centros urbanos, devido à

O amortecido canal Catherijnesingel em Utrecht (Holanda) construído nos anos 1960

Desenvolvimentos de grande escala em New York



235 *A sketch by Le Corbusier from* La Maison des Hommes, *1942 captioned:* "*100 per cent of the ground is given over to pedestrians. Cars roll along their motor roads sixteen feet [5 m.] above the ground. The impossible has become possible: separation of the pedestrian from the automobile has been accomplished.*"

La Ville Radieuse: o desenho do ideal de Le Corbusier para habitação sobre pilotis em espaços verdes

relocação de residentes para os subúrbios, especialmente nos Estados Unidos, onde novos *shoppings*, voltados para dentro, com grandes estacionamentos, tornaram-se o padrão do comércio de varejo.

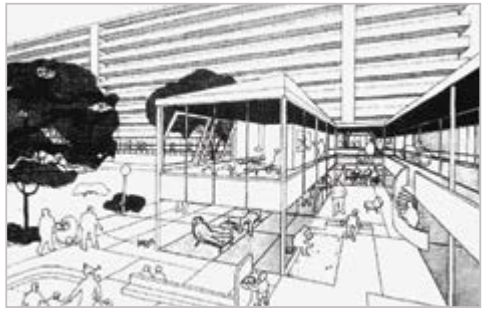
Rua

Para melhorar a segurança no trânsito, novos meios foram criados para separar mais o tráfego e controlá-lo: faixas de pedestres, semáforos, lombadas e rótulas. As ruas ficaram mais divididas e o espaço de coesão desapareceu. Nos subúrbios, formou-se uma forte hierarquia entre as principais ruas de acesso, ruas locais e ruas residenciais, muitas vezes com uma rede independente de zonas de pedestres e pistas para bicicletas, em níveis diferentes. Superestruturas contendo todas as funções continuaram a separar ruas de tráfego de ruas comerciais. Em Minneapolis, o pedestre é até levado do mundo interior para o outro através de passarelas.

Plinth

O novo conceito urbano de loteamento aberto permitiu um novo desenho para lojas com vitrinas na frente, abastecimento e armazenagem através de ruas de trás, e entradas separadas para as moradias localizadas acima. Isso significava fachadas de lojas contínuas, como a Lijnbaan, em Roterdã (Holanda), a primeira rua comercial de pedestres na Europa. As fachadas transparentes das lojas eram feitas de vidro e ofereciam uma forte interação entre o interior e o espaço público. Ruas urbanas históricas também foram modernizadas com *displays* e novas vitrinas. Repentinamente, o *plinth* no centro da cidade ganhou um desenho aberto para seduzir os pedestres a entrar, fosse uma edificação nova ou histórica. O *plinth* suburbano, ao contrário, era fechado e a maioria dos *shoppings* dava suas costas ao seu entorno.

Northgate Mall in Seattle, 1950



O distrito Bijlmer, em Amsterdã (Holanda), originalmente pensado com ruas internas para pedestres e habitação nos espaços verdes

Passarelas em Minneapolis dos anos 1960 e 1970 proporcionaram conexões para pedestres entre prédios

Lijnbaan, Roterdã, 1954: nova rua comercial de pedestres para a renovação do centro bombardeado da cidade

EM BUSCA DA URBANIDADE DE PEQUENA ESCALA (1970-1990)

Cidade

Depois de décadas de modernismo, vemos uma decadência do princípio de separação de funções, especialmente no tráfego. O Relatório Buchanan *'Tráfego em Cidades',* em 1963, questionou a dominância de automóveis. A mensagem foi impulsionada pela crise do petróleo em 1973. Cidades começaram a moderar o tráfego de automóveis e melhorar a 'hospitalidade' urbana: ao invés de melhorias na infraestrutura, o tecido urbano histórico é usado para renovação urbana. Arquitetos do Team X internacional (Aldo van Eyck, Alison e Peter Smithson, entre outros) enfatizam a escala humana das edificações e, desse modo, alterou-se a zona de transição entre espaços privados e públicos. Termos como 'hospitalidade' surgiram no debate arquitetônico. Em muitos centros urbanos,

Renovação urbana de escala pequena em Zwolle, Holanda (arquitetos Aldo van Eyck e Theo Bosch)

Forum Les Halles, Paris (construído em 1977, demolido em 2010 para ser substituído por um novo Forum)

estruturas antigas do século 19 foram demolidas e substituídas por edifícios novos que caracterizaram a arquitetura de escala humana. Até mesmo grandes projetos foram orientados pela adoção de uma escala menor, como o Forum Les halles em Paris, um *shopping* novo que substituiu o mercado público histórico de les Halles. A maioria das lojas novas e supermercados foram implantados em *shoppings* em locais mais centrais, perto das novas áreas residenciais, como já havia sido feito nos Estados Unidos na década anterior.

Stroget em Copenhagen (Dinamarca) foi parcialmente fechada para carros já em 1962, agora é a rua comercial peatonal mais comprida na Europa

Rua

Com um novo foco na escala urbana de cidades, o espaço público foi redescoberto como área para as pessoas andar e se encontrar. As pessoas voltaram a visitar o centro para passear, ir ao teatro e se encontrar. Um marco importante foi fechar as ruas para carros, criando zonas para pedestres: em 1966, a Alemanha tinha 63 ruas para pedestres, em 1977, 370. O desenho das novas ruas residenciais foi também influenciado pelo conceito de 'hospitalidade'. Com a introdução da rua de zona residencial com velocidade controlada, o automóvel passa a ser um convidado e os pedestres são agora privilegiados nas ruas residenciais. Este conceito começa, por exemplo, como 'Woonerf', na Holanda, em Emmen, seguido por outras cidades como a Wohnstrasse, em Viena.

Wohnstrasse (Austria): áreas residenciais na cidade

Rua de renovação urbana: faltam funções públicas nos *plinths*

Plinth

A reavaliação da cidade histórica auxiliou muito a barrar a demolição em grande escala dos prédios antigos e do tecido urbano; no entanto, as áreas dos centros urbanos continuaram a ser substituídas por novos projetos, porém de pequena escala. A maioria dos novos prédios foram orientados para o seu interior e a relação entre a casa e o espaço público se tornou parte da forma arquitetônica. Os térreos, porém, foram muitas vezes usados para habitação, e não para lojas, serviços ou restaurantes – somente algumas ruas foram designadas como novas ruas comerciais. Em muitas áreas de renovação urbana, os *plinths* não foram desenhados com lojas ou funções públicas, mas se tornaram fachadas fechadas.

A CIDADE COMO UM IMÃ (1990 – PRESENTE)

Cidade

O interesse renovado nos centros da cidade nos anos 1980 continuou nos anos 1990 e no começo do século 21, com um foco no espaço público. Surgem bares e cafés nas calçadas, e esse comércio especializado expressa a redescoberta do centro da cidade como local para encontros, diversão e fazer compras como atividade de lazer. Barcelona é a primeira cidade onde, desde meados da década de 1980, os Jogos Olímpicos de 1992 realmente estimularam a renovação do espaço público. A esfera pública é vista como espaço *outdoor* importante, como parques verdes e praças. A revitalização do centro urbano existente ganha muita atenção e o embelezamento começa com a melhoria da qualidade e da coerência do espaço público. Para os gestores urbanos, a economia da cidade se torna uma motivação importante para a renovação do espaço público. Festivais e eventos começam a atrair pessoas: uma visita à cidade virou uma experiência para a qual a própria cidade forma a moldura, às vezes focada num período histórico. Outras cidades também tentam incorporar a aparência e a sensação de cidade histórica, adotando técnicas do 'novo urbanismo'.

Além a esfera pública, muitos novos projetos são desenvolvidos dentro e em torno dos centros urbanos europeus. Projetos-chave importantes são as áreas das estações, como entradas das cidades que são, devido à nova rede ferroviária de alta velocidade na Europa. Novas estações e pontos nodais são desenvolvidos e dão um estímulo aos centros urbanos, tal como a Euralille. Portos abandonados e áreas industriais, próximos dos centros urbanos, são renovados para habitação, escritórios, lazer e incubadoras culturais. Esses desenvolvimentos em áreas grandes incluem a propriedade, mas também nova infraestrutura, espaço público e novos pontos de referência. Exemplos

Barcelona (Espanha): a revitalização da cidade é estimulada por investimentos no espaço público

New Town Poundbury (Inglaterra): desenhado pelo arquiteto Krier segundo os princípios do Príncipe Charles

Amsterdã Eastern Docklands, a zona portuária antiga transformada numa nova área urbana

Espaço compartilhado Exhibition Road, Londres

Centro comercial Beurstraverse em Roterdã

conhecidos são a Hafencity em Hamburgo, as 'Docas Orientais' em Amsterdã, o Kop van Zuid com a Ponte Erasmus em Roterdã, a renovação de Bilbao e o novo Guggenheim, e, em Londres, às margens do Tâmisa, o entorno da Tate Modern, abrigada numa antiga usina de energia.

Paris, Promenade Plantée / Viaduc des Arts: linha ferroviária elevada abandonada é transformada num percurso pedestre atraente, com ateliês embaixo e um novo parque (1990)

Rua

A reconquista do espaço público cria mais espaço para pedestres e reduz a presença do automóvel no centro da cidade. Em Lyon, França, novos estacionamentos subterrâneos foram construídos para um total de 12.000 automóveis. Paris também redesenhou os Champs Elysees sem estacionamento na rua, e alargou as calçadas para que as pessoas pudessem passear ao longo das lojas e restaurantes. Como alternativa para separar o tráfego, o conceito de "espaço compartilhado" volta a ser orientado a pessoas e diminui a velocidade do trânsito, priorizando os pedestres e ciclistas. Recentemente, em Londres, a Exhibition Road foi renovada segundo este conceito.

Plinth

A interação entre a rua e as casas adjacentes, lojas e restaurantes tornou-se mais forte. O *plinth* e o espaço público são desenhados como espaços relacionados e coerentes diante da experiência de fazer compras na cidade. Novos cafés e bares são espalhados por todo o centro da cidade e nos bairros do século 19, onde profissionais criativos trabalham e fazem negócios. A internet e a mídia social ampliaram a necessidade de locais de reunião físicos.

Ainda hoje há uma necessidade de conectar edificações com a rua através de uma fachada e um térreo vibrantes. Isso não se aplica somente a prédios novos e os seus *plinths*, mas também à renovação de prédios existentes e à infraestrutura. A transformação de muitas estruturas históricas mostra que a cidade sempre muda. Nisso está a importância de se adaptar e desenhar bons *plinths*, por serem necessários para os habitantes das cidades e para a cidade ao nível dos olhos.

PENSADORES ICÔNICOS

Meredith Glaser e Mattijs van 't Hoff

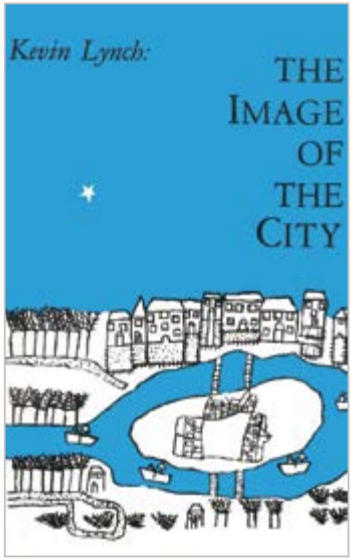
Antes do advento do automóvel, as movimentadas “ruas principais” eram o centro de muitas cidades e bairros. Essas ruas principais eram lugares plenos de experiências sensoriais de escala humana. A invenção do carro no século 20, juntamente com novos meios de transporte de produtos, modificou o desenho das ruas e o *lay-out* das cidades. Muitas cidades foram submetidas a mudanças de infraestrutura em larga escala, transformações de seus centros e proliferação do uso de funções únicas. O espaço urbano foi monopolizado, tomado das pessoas e dividido em tipos de função. O projeto moderno para edificações e as mudanças no mercado imobiliário do comércio (por exemplo, a emergência de supermercados e *shopping centers*) enfraqueceram as ruas comerciais, seus *plinths* e a esfera pública.

O renascimento da cidade trouxe consigo muita discussão (e ação) para recuperá-la como um lugar para pessoas. “A Cidade ao Nível dos Olhos” é um apelo pelo retorno das ruas com escala humana. *Plinths* ativos e diversificados contribuem para uma esfera urbana dinâmica, economicamente viável e sustentável.

A ideia de “A Cidade ao Nível dos Olhos”, entretanto, não é nova: muitos pensadores icônicos do planejamento urbano influenciaram o desenvolvimento do planejamento e do desenho urbano em nossas cidades com uma escala humana. Princípios estabelecidos de longa data por Kevin Lynch, Gordon Cullen, Jane Jacobs, Jan Gehl, William H. Whyte, Allan Jacobs e Fred Kent (entre muitos outros) são relevantes para o planejamento atual. Temos muita satisfação de incluir artigos de dois deles (Fred Kent e Jan Gehl) neste livro. E também queremos dar o devido crédito aos demais e suas muitas publicações.

KEVIN LYNCH

Kevin Lynch (1918-1984) foi um planejador urbano norte-americano que estudou em Yale e no MIT, tendo ensinado posteriormente no próprio MIT por 15 anos. Seus trabalhos mais conhecidos são *The Image of the City* (1960) e *Good City Form* (1984). O primeiro foi um projeto de pesquisa de 5 anos estudando as formas pelas quais as pessoas usam, percebem e absorvem a cidade. Esse livro organizou a cidade em cinco elementos de imagem que ele chamou de trajetos, bordas, distritos, nós e pontos de referência. Ele também inventou a expressão "way finding" (jeito de achar) e muito vocabulário usado regularmente hoje em planejamento.

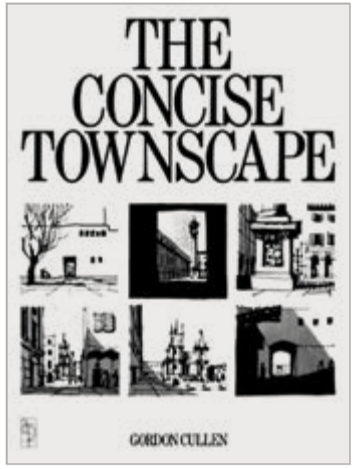


Kevin Lynch, The Image of the City

"…este estudo busca encontrar qualidades físicas que se relacionam com os atributos de identidade e estrutura na imagem mental. Isso leva à definição do que pode ser chamado de "imageabilidade": aquela qualidade de um objeto material que lhe confere uma elevada probabilidade de evocar uma imagem forte em qualquer observador. [...] Uma cidade altamente imageável (aparente, legível ou visível) nesse sentido peculiar pareceria bem formada, distinta, notável; ela convidaria o olho e o ouvido para mais atenção e participação. A apreensão sensível em tais ambientes não seria meramente simplificada, mas ampliada e profunda. Essa cidade seria aquela que poderia ser apreendida ao longo do tempo como um padrão de alta continuidade com muitas partes distintas claramente interligadas. O observador perspicaz e familiarizado poderia absorver novos impactos sensoriais, sem interrupção de sua imagem de base, e cada novo impacto tocaria em muitos elementos anteriores. Ele seria bem orientado e poderia se mover facilmente. Ele estaria altamente ciente do seu ambiente."
Kevin Lynch, *The Image of the City*, p. 9 -10

GORDON CULLEN

Gordon Cullen (1914-1994) foi um arquiteto e *designer* urbano inglês. Ele desenvolveu um olhar para ver as qualidades óbvias nas cidades britânicas. Ele viu que os lugares de grande beleza e de forte caráter tinham sido criados ao longo dos séculos e são desenvolvidos do ponto de vista de uma pessoa. Ele começou identificando e analisando essas essências da cidade britânica e as desenvolveu em lições para arquitetos e planejadores. Gordon Cullen é mais conhecido por sua obra *Towscape*, publicada inicialmente em 1961; edições posteriores foram publicadas sob o título *The Concise Townscape* (1971).

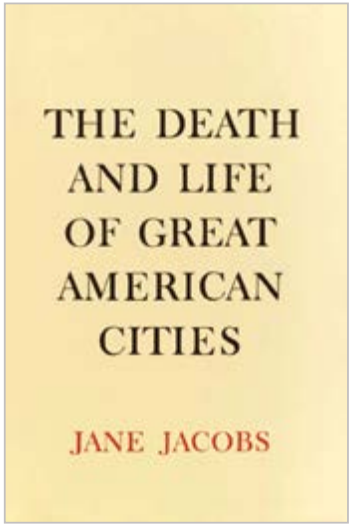


Gordon Cullen,
The Concise Townscape

"A importância de tudo isso é que embora o pedestre caminhe pela cidade a uma velocidade uniforme, a paisagem das cidades é muitas vezes revelada por uma série de "empurrões" ou revelações. Isso nós chamamos de VISÃO SERIAL [...] A mente humana reage a um contraste, à diferença entre as coisas, e quando duas imagens [...] estão na mente ao mesmo tempo, um contraste vívido é sentido e a cidade se torna visível em um sentido mais profundo. Ela ganha vida através do drama de justaposição. A menos que isso aconteça, a cidade desfilará para nós inexpressiva e inerte." Nessa [...] categoria nós retornamos a um exame do tecido das cidades: cor, textura, escala, estilo, caráter, personalidade e singularidade. Aceitando o fato de que a maioria das nossas cidades foram fundadas há muito tempo, seu tecido vai mostrar evidências de períodos diferentes em seus estilos arquitetônicos e também em vários "acidentes" de lay-out *Muitas cidades então exibem essa mistura de estilos, materiais e escalas".*
– Gordon Cullen, *The Concise Townscape*, pp. 9-12

JANE JACOBS

Dentre os escritores norte-americanos sobre planejamento urbano e economia urbana, Jane Jacobs (1916-2006) é provavelmente uma das mais famosas. Ela é mais conhecida por suas contribuições e críticas ásperas às políticas de renovação e desenvolvimento urbano do anos 1950 e 1960 e por seu livro *The Death and Life of Great American Cities* (1961). Durante um tempo em que a suburbanização norte-americana imperou, ela foi uma das poucas defensoras da cidade e da vida na cidade. Ela se opôs veementemente à renovação urbana e a muitos modelos de planejamento da sua época. Jacobs é renomada por seus conceitos "olhos sobre a rua", desenvolvimento de uso misto e planejamento *bottom-up*. Suas minuciosas observações da vida e da função da cidade influenciaram o planejamento de muitas maneiras.

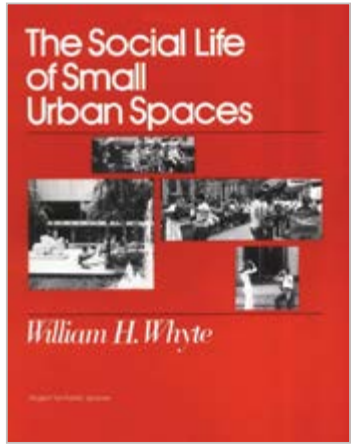


Jane Jacobs,
The Death and Life of Great American Cities

"Uma rua da cidade equipada para lidar com estranhos, e para fazer com que a presença de estranhos constitua a nossa segurança, como as ruas de bairros bem-sucedidos sempre fazem, deve ter três qualidades principais:
Primeiro, deve ter uma clara demarcação entre espaço público e espaço privado. Espaços públicos e privados não podem infiltrar-se um no outro como fazem normalmente em ambientes suburbanos ou em projetos.
Em segundo lugar, deve haver olhos para a rua, olhos pertencentes àqueles que poderíamos chamar de os proprietários naturais da rua. Os edifícios de uma rua preparada para lidar com estranhos e para garantir segurança de ambos, residentes e estranhos, devem ser orientados para a rua. Eles não podem virar suas costas ou laterais inexpressivas sobre ela e deixá-la cega.
E terceiro, as calçadas devem ter continuamente muitos usuários, tanto para aumentar o número de olhos efetivos sobre a rua, como para induzir que um número suficiente de pessoas nos edifícios ao longo da rua olhem para as calçadas. Ninguém gosta de sentar em uma varanda ou observar pela janela uma rua vazia. Quase ninguém faz uma coisa dessas. Um grande número de pessoas se distrai observando a atividade da rua."
– Jane Jacobs, *The Death and Life of Great American Cities*, p. 35

WILLIAM H. WHYTE

Formado em Sociologia, William Whyte (1917-1999) começou a trabalhar como analista organizacional. Ao trabalhar na *New York City Planning Commission* em 1969, ele começou a se perguntar em que os espaços urbanos estavam atualmente resultando e usou a observação direta para descrever comportamentos em ambientes urbanos. Com o uso de câmeras, vídeo câmeras e notebooks, ele introduziu novas formas de pesquisa urbana e descreveu a substância da vida pública urbana de uma forma objetiva e mensurável. Essas observações foram desenvolvidas no "Street Life Project", um estudo contínuo do comportamento de pedestres e da dinâmica da cidade, que eventualmente acabou levando ao livro e filme homônimo *The Social Life of Small Urban Spaces* (1980). Whyte acreditava nos espaços públicos como lugares onde as pessoas e o trânsito podem estar juntos. As observações e ideias de Whyte ainda são relevantes para o modo como usamos nossas cidades e ruas.



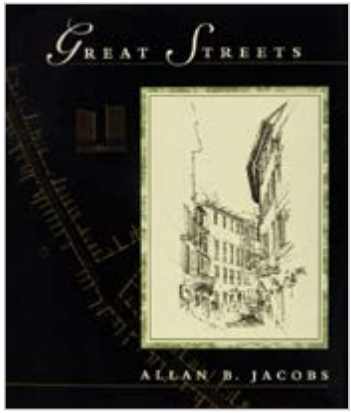
William H. Whyte,
The Social Life of Small Urban Spaces

"O que atrai as pessoas, ao que parece, são outras pessoas. Se eu insisto neste ponto, é porque muitos espaços urbanos estão sendo concebidos como se o contrário fosse verdade, e que do que as pessoas mais gostam seriam os lugares onde elas nunca vão. As pessoas muitas vezes se expressam seguindo essas linhas de raciocínio; é por isso que as suas respostas aos questionários podem ser tão enganosas. Quantos diriam que gostam de sentar no meio da multidão ? Ao contrário, elas falam de se afastar de tudo, e usam termos como 'fuga', 'oásis', 'refúgio'. O que as pessoas fazem, todavia, revela uma prioridade diferente." – William H. Whyte, *The Social Life of Small Urban Spaces*, p. 19

"Outra característica fundamental da rua é o varejo - lojas, janelas com displays*, cartazes para chamar sua atenção, entradas, o entra-e-sai das pessoas. Novos e grandes edifícios de escritório foram eliminando lojas. O que as substituiu foi uma fachada de vidro através da qual você pode contemplar funcionários do banco sentados em mesas. Um trecho desse tipo já maçante o suficiente. Bloco após bloco deles cria um tédio avassalador"*
– William H. Whyte*, The Social Life of Small Urban Spaces,* p. 57

ALLAN JACOBS

Allan Jacobs é um planejador urbano norte-americano e professor emérito da Universidade da Califórnia, Berkeley. Ele é muito conhecido por publicações e pesquisas sobre desenho urbano, bem como pela sua contribuição para o manual de desenho urbano da cidade de São Francisco. Elé é um ávido defensor das ruas multimodais que não separam os usuários. O seu abrangente livro *Great Streets* (1995), ilustra a interação dinâmica entre pessoas e ruas, e analisa os atributos específicos dessas ruas maravilhosas.



Allan Jacobs,
Great Streets

"Ruas maravilhosas exigem características físicas que auxiliam os olhos a fazerem o que querem fazer, devem fazer: movimentar-se [...]Geralmente, são as muitas superfícies diferentes ao longo das quais a luz se move constantemente que mantêm os olhos interessados: edifícios separados, muitas janelas ou portas separadas, ou alterações de superfície. [...] A complexidade visual é o que é preciso, mas não deve ser tão complexa a ponto de tornar-se caótica ou desorientadora. [...] Além de ajudar a definir uma rua, separando o espaço dos pedestres do dos veículos e proporcionando sombra, o que torna as árvores tão especiais é o seu movimento; o movimento constante de seus galhos e folhas, e a luz mudando continuamente, se infiltrando por entre elas, através delas e em volta delas. " - Allan Jacobs, *Great Streets*, p. 282

"Geralmente, mais edifícios ao longo de um determinado trecho de rua contribui mais do que menos edifícios. [...] Com mais edifícios, há chance de haver mais arquitetos, e eles não farão os projetos todos iguais.
Há mais colaboradores para a rua, mais e diferentes participantes, os quais todos agregam interesse. [...] Os diferentes edifícios podem [...] ser projetados para uma mistura de usos e destinos que atraem misturas de pessoas de toda uma cidade ou bairro, o que, portanto, ajuda a construir a comunidade: cinemas, lojas de diferentes tamanhos, as bibliotecas "
– Allan Jacobs, *Great Streets,* p. 297 - 298

REFERÊNCIAS

G. Cullen (1971), *The Concise Townscape*, Architectural Press, Oxford UK
A.B. Jacobs (1995), *Great Streets*, MIT Press, Cambridge MA
J. Jacobs (1961), *The Death and Life of Great American Cities*, Random House, New York
K. Lynch (1960), *The Image of the City*, MIT Press, Cambridge MA
W.H. Whyte (1980), *The Social Life of Small Urban Spaces*, The Conservation Foundation, Washington DC

EXPERIÊNCIA DE LUGARES

VALORES ECONÔMICOS DE UMA CIDADE CAMINHÁVEL

Alexander Stahle, pesquisador em espaço público

Estocolmo tem sido identificada como uma das cidades com mais rápido crescimento na Europa e classificada como a região metropolitana mais promissora, principalmente em razão do poder de inovação e do sistema de segurança social, mas também devido ao seu ambiente atrativo. Os tomadores de decisões na prefeitura e as autoridades públicas estão bem conscientes dessa pressão do crescimento e sempre a analisam. Em 2011-2012, o *Stockholm County Council*, Conselho da Região de Estocolmo, e seis prefeituras financiaram o maior estudo já executado na Suécia, e possivelmente na Europa, analisando mercados para habitação e escritórios. O objetivo era investigar como variáveis espaciais de níveis regionais e locais afetam a demanda por habitação e escritórios.

O estudo sobre preços, conduzido por nosso escritório de desenho urbano Spacescape e pelo analista imobiliário Evidens, mostra com acurácia de quase 90% o que provoca a procura por apartamentos, casas e escritórios em Estocolmo. Analisamos 14.000 casos de vendas e locações de residências em 86 áreas de escritórios com mais que 1.000 medidas espaciais diferentes em um Sistema de Informação de

Geoprocessamento (SIG), num nível detalhado de pontos de logradouros, usos da terra, rede de ruas para pedestres, entre outros. Os resultados abriram os olhos dos tomadores de decisão, políticos, planejadores, construtores e incorporadores da região de Estocolmo e da Suécia.

QUALIDADES URBANAS QUE O MERCADO DEMANDA

O estudo identifica um número de qualidades que estimulam a procura por residências e escritórios. A entidade comum dessas qualidades é basicamente a possibilidade de caminhar. Abaixo resumimos as qualidades mais pertinentes.

Acessibilidade regional, através de transporte público (metrô, trem suburbano e bonde) é altamente correlacionada com os preços das habitações e com os aluguéis dos escritórios. Por exemplo, há uma correlação de 73 % entre a acessibilidade ao transporte público (dentro de uma distância de 30 minutos de caminhada) e os valores de aluguel de escritórios. Além dos aluguéis de escritório, a acessibilidade ao transporte público afeta também os preços de apartamentos e casas, qualificando o aumento de desenvolvimentos orientados ao trânsito e novas linhas de metrô e de trens. Surpreendentemente, a acessibilidade por carros não afeta os valores de apartamentos e escritórios, e tem apenas um impacto marginal nos preços das casas.

*Densidade de utilidade*s – lojas, restaurantes, cultura e serviços – dentro de uma distância boa de caminhar, afeta os valores de habitação e de escritórios e é altamente correlacionada com a densidade: quando essa aumenta, o número de serviços dentro de uma distância boa de caminhar aumenta também. Uma análise do SIG mostra que atividades urbanas requerem espaço também no andar térreo e frentes ativas, tanto quanto uma rede de ruas conectadas. Isso significa que um bairro com alta densidade de utilidades tem uma alta densidade populacional, uma grelha de ruas conectadas, emoldurada por entradas e frentes ativas com espaços comerciais que criam um ambiente urbano diversificado ao nível dos olhos.

A conectividade das ruas é uma qualidade urbana que contribui para a integração espacial entre bairros. A conectividade pode ser mensurada pela medida 'integração espacial', da teoria da *Space Syntax*, que captura o quanto os espaços das ruas são visualmente conectados como linhas de vista. Quanto mais conexões a rua tem com outras ruas, quanto mais integrada, ou central, mais ela está na rede. Toneladas de pesquisas mostram a tendência de que há mais pessoas, atividades e lojas para as pessoas experienciarem ao nível dos olhos nas ruas mais integradas. Portanto, os habitantes de Estocolmo preferem viver em lugares espacialmente integrados, ao invés de isoladamente em condomínios fechados. Isso significa que há procura pelos distritos urbanos com uma alta conectividade, onde você enxerga e encontra com desconhecidos. Isso é uma boa notícia para aqueles que acreditam que espaços públicos conectados são importantes para a integração social de comunidades.

*Proximidade às grande*s áreas verdes *e massas de agua* é valioso para habitação, porém não para escritórios. Grandes parques de alta qualidade criam valor especialmente para os apartamentos. Isso significa que pessoas não somente apreciam espaços que são verdes, mas que são ativos também, onde você pode enxergar e fazer coisas com outras pessoas. Parques são vitais para uma cidade para pessoas ao nível dos olhos.

O desenho do prédio obviamente é importante, porém difícil de medir. Concluímos que a quadra fechada com pátio interno é mais atraente que a tipologia modernista de quadras abertas (torres num parque), porém é importante que as entradas da quadra façam frente para o exterior, direcionadas à rua. Interpretamos desses achados que uma quadra urbana com alta densidade de entradas com frente para a rua é mais ativa e controlada e, em razão disso, cria uma rua ao nível dos olhos mais segura, não somente para visitantes mas também para os moradores. Há uma demanda por morar perto de uma rua com frentes ativas ao nível dos olhos. Surpreendentemente, não se evidencioiu uma relação entre a altura dos prédios e o valor das habitações ou escritórios.

CAMINHABILIDADE EM POLÍTICAS DE PLANEJAMENTO

No seu cerne, o estudo de qualidade urbana define fatores de desenho urbano que são cruciais para a caminhabilidade. Por exemplo, a possibilidade de viver a sua vida numa área onde caminhar é seguro e conveniente, onde o espaço urbano é simpático e ativo ao nível dos olhos, mas também onde você não depende do carro. Os resultados são similares aos que outros projetos de pesquisa apontaram ser significativos para estilos de vida 'sem-carro', com o costume de caminhar bastante. A Associação Sueca de Arquitetos e a Sociedade Sueca para a Preservação da Natureza listaram 'desenvolvimento urbano sustentável' e cidades boas de caminhabilidade urbana (incluindo essas qualidades) como itens chaves da agenda. Além disso, ambos, o plano de desenvolvimento regional de Estocolmo e o Plano Municipal de Estocolmo, focam no desenvolvimento de uma cidade densa, verde e boa de caminhar, próxima de nós de transporte público. De fato, o Plano Municipal para Estocolmo se chama "A Cidade Caminhável'.

O nosso estudo confirma que uma cidade boa para caminhar - que funcione para as pessoas que caminham - e que é atraente ao nível dos olhos, é uma cidade na qual as pessoas querem morar e trabalhar. Não é de surpreender. Cidades são, basicamente, como diz o economista de Harvard Edward Glaeser, lugares para interação. E quando uma cidade é desenhada para fazer com que essa interação seja significativa e confortável, a qualidade de vida é realçada, o que, por sua vez, estimula a prosperidade e um maior bem-estar social. Estocolmo está abrindo caminho como uma das cidades com mais qualidade de vida. Será que acompanhará a competição mundial de cidades boas de caminhar? Depende dos políticos. O mercado mostra claramente a sua direção para o futuro.

RESULTADOS

O estudo “Avaliação de qualidades urbanas” em Estocolmo consiste de três sub-estudos. Os dois primeiros trataram de habitação, valores de apartamentos e casas, e o terceiro de aluguel de escritórios. Em geral, as qualidades identificadas podem explicar 85-90% das diferenças nos preços das vendas ou alugueis na regressão estatística. Isso significa que apenas 10-15% pode ser explicado por outros fatores, como desenho de interiores ou arquitetura.

Qualidade de apartamentos
Sete qualidades que explicam os valores de apartamentos em Estocolmo se referem ao desenho do espaço público para pedestres, calçadas, frentes ativas, etc. Somente uma das oito se refere ao perfil socioeconômico do bairro. Note que a acessibilidade por carros não afetou os preços dos apartamentos, mesmo considerando apenas o subúrbio como um mercado separado.

– Distância ao *Central Business District* (Distrito Central de Negócios), ou CBD (distância na rede de ruas)
– Distância a pé à estação de transporte público (menos que 500 m)
– Proximidade de uma rede de ruas boa de caminhar (valor de integração da *Space Syntax*)
– Distância a pé de lojas e restaurantes no nível térreo (número dentro de 1 km)
– Distância a pé dos parques (m2 dentro de 1 km)
– Distância a pé de massas de água (distância na rede de ruas)
– Quadras fechadas com pátio (com entradas de frente para a rua)
– Índice socioeconômico (renda e formação)

Qualidades de casas
Nove qualidades que explicam os preços das casas em Estocolmo se referem ao desenho do espaço público para pedestres, calçadas, frentes ativas, etc. Somente uma das dez se refere ao perfil socioeconômico do bairro.

– Acessibilidade por transporte público (locais de trabalho dentro de 30 min)
– Acessibilidade por carro (locais de trabalho dentro de 30 min)
– Distância a pé à estação de transporte público (700 m)
– Distância a pé de lojas, restaurantes, cultura e serviços cotidianos no nível térreo (número dentro de 0,5 km)
– Distância a pé dos parques (m2 dentro de 0,5 km)
– Distância a pé de massas de água (m2 dentro de 3 km)
– Distância em linha reta até uma estação de transporte público pela água
– Casas com praia privada
– Casas separadas (não geminadas)
– Índice socioeconômico (formação)

Qualidades de escritórios
As quatro qualidades que explicam os preços de escritórios em Estocolmo se referem ao desenho de espaço público para pedestres, calçadas, frentes ativas, etc. Somente uma das cinco se refere à quantidade de imóveis vagos. A acessibilidade de carros não foi estatisticamente significativa para os valores de aluguel dos escritórios, mesmo considerando o subúrbio como um só mercado.

– Acessibilidade por transporte público (habitantes dentro de 30 min)
– Distância a pé de lojas, restaurantes no nível térreo (número dentro de 1 km)
– Conjunto de escritórios (escritórios de negócios dentro de 3 km)
– Modernidade de escritórios (ano de construção)
– Imóveis vagos (espaço de escritórios não-ocupado)

INGREDIENTES BÁSICOS PARA SE ACHAR NAS NOSSAS CIDADES

Wouter Tooren & Camilla Meier, environmental psychologists

Porque é importante se achar na cidade? Porque nos sentimos desconfortáveis quando não sabemos para onde ir? Porque os pedestres e ciclistas preferem certas rotas a outras? Como podemos seduzí-los a pegar outras rotas, ou a ir um pouco mais adiante? Para responder a essas perguntas, temos que olhar para a interação entre o ambiente físico e as pessoas se movendo nele – o comportamento e o sentido de bem-estar delas. Psicólogos ambientais estudam essas relações, e a motivação e percepção que estão na sua base, para tentar explicar o comportamento no espaço público.

A facilidade de se achar é provavelmente a forma mais efetiva de melhorar a experiência do usuário no ambiente urbano. Com um desenho apropriado, podemos ajudar as pessoas a chegar às suas destinações das maneiras mais fáceis e efetivas possíveis. A facilidade de se achar pode ajudar a prevenir certo comportamento, guiando as pessoas para longe de lugares inseguros, pode ajudar a promover certo comportamento estimulando-as a andar numa rota especifica, e a apoiar a economia local atraindo pessoas para destinos que precisem de mais visitantes. Duas categorias principais de desenho nos ajudam a atingir esses objetivos: o desenho do ambiente urbano e o uso efetivo de sinalização e de sistemas de informação gráfica. Olhamos primeiramente para isso. Como psicólogos ambientais perguntamos: como um pedestre pode achar o seu caminho na cidade, baseado num senso intuitivo dos seus entornos urbanos?

COMO AS PESSOAS ACHAM OS SEUS CAMINHOS?

Achar o caminho trata-se unicamente de tomar decisões. Quando estamos caminhando, decidimos continuamente qual caminho pegarmos ou em qual direção seguirmos. Nas decisões para achar o caminho certo, nos baseamos, na maior parte das vezes, em duas estratégias: rotas e mapeamento [(1)]. Estratégias de rota consistem de uma sequência de instruções para chegar ao destino. Toda instrução contém a direção que vai até uma junção específica ou um ponto de orientação. Essa estratégia é eficiente, porém bastante inflexível, porque ela depende de uma rota específica. *Estratégias de mapeamento* integram a visão global da paisagem da cidade. O conhecimento das relações entre localizações (por exemplo, distância e orientação) é usado para tomar a decisão sobre qual direção geral seguir e, por esta razão, requer menos conhecimento detalhado local [(2)].

INGREDIENTES BÁSICOS PARA PODER SE ACHAR: ESTRUTURA E DIFERENCIAÇÃO

Uma vez que as pessoas navegam ou com rotas específicas, ou com o senso de direção global, a solução lógica é aprimorar o ambiente urbano para que ele apoie as duas estratégias. Os dois métodos à nossa disposição são intervenções que oferecem mais *estrutura* no ambiente urbano e intervenções que oferecem mais *diferenciação*. Podemos oferecer mais estrutura simplificando a morfologia urbana, alinhando as ruas e interseções, para que elas possam ser entendidas como parte de uma configuração geral (por exemplo, o modelo 'grelha') ou de um conceito (por exemplo, na forma de um pássaro). Através de associação ou percepção, a pessoa comum deve poder compreender a estrutura global da cidade quando ela está se deslocando no nível dos olhos.

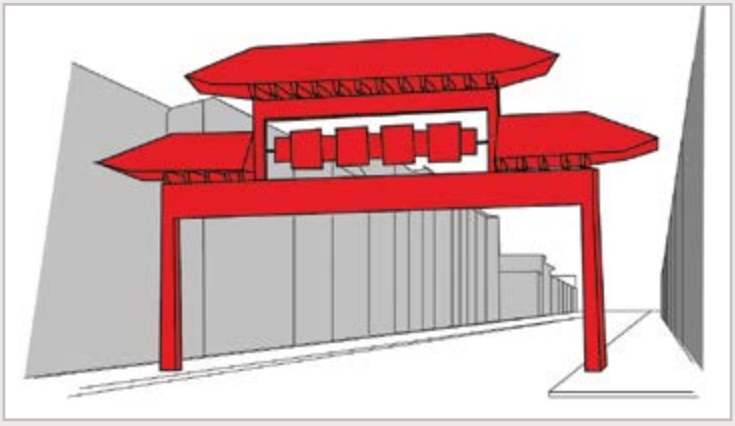
Os ambientes urbanos com uma estrutura reconhecível facilitam a geração de uma visão de cima integrada. Porém, quando tudo parece igual, construímos essencialmente um labirinto de cercas-vivas! Então, algumas coisas precisam ser diferentes. Intervenções de diferenciação promovem a facilidade de se achar o caminho intuitivamente. A criação de zonas com identidades distintas, que são facilmente reconhecíveis, nos ajuda a entender onde estamos na cidade. Duas outras estratégias principais são o aumento de acesso visual (por exemplo, pelas vistas), para que percebamos as ligações entre zonas locais diferentes, e a colocação de marcos de referência nos pontos chaves de decisão ao longo da paisagem urbana. Em geral, mais diferenciação pode compensar a falta de estrutura. Já o contrário não acontece.

REFORÇAR A DIFERENCIAÇÃO NO TECIDO URBANO

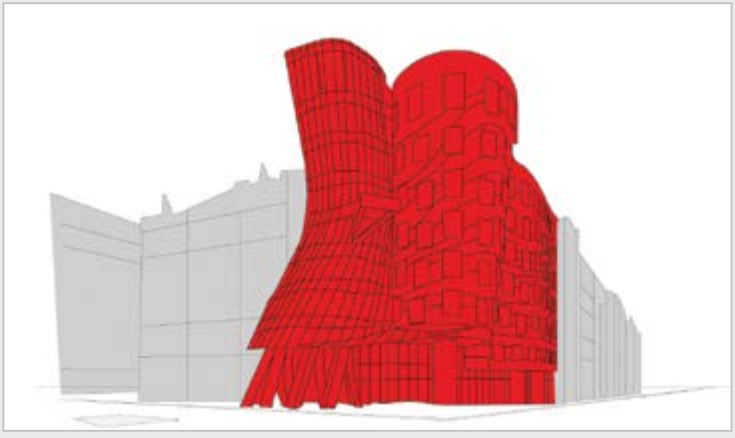
A diferenciação nos faz entender onde estamos, localmente. Embute a nossa compreensão do lugar, fazendo com que nos sintamos mais seguros e no controle da situação. A chave para boa diferenciação é a criação de *identidades espaciais locais*. Em geral, ela requer ação em três fases [(3)]. Primeiramente, agrupamos espaço em zonas de destinação, baseados

Quando usamos estratégias de rotas, há a tendência de caminharmos usando as instruções direcionais. A sequência de instruções é serial e conectada a junções, guardada na nossa memória.

Quando usamos estratégias de mapeamento, navegamos com base nos pontos chaves de referência, como por exemplo, a orientação e a distância de uma igreja ou da prefeitura.



Uma característica mais pronunciada no ambiente pode ser usada para assinalar para as pessoas que elas estão entrando ou saindo de uma região ou zona diferente.



Podemos usar a arquitetura para adicionar mais diferenciação no ambiente. A Casa Dançante em Praga atua como marco de referência facilmente reconhecível, que ajuda a saber onde você está na cidade.

em similaridades formais ou funcionais. Por exemplo, uma zona onde o patrimônio cultural do lugar é acentuado, ou uma zona onde você acha as suas compras do dia a dia. Segundo, em cada zona identificamos unidades locais espaciais e as realçamos para que elas possam ser reconhecidas suficientemente por qualquer pessoa como uma identidade espacial separada. Isso poderia, por exemplo, significar fazer com que uma característica típica na arquitetura local se destacasse mais através da acentuação da sua cor ou forma. Terceiro, reforçamos a legibilidade de elementos funcionais no ambiente para achar o caminho: identificação de entradas, saídas, caminhos e junções. Por exemplo, fazemos com que a entrada de uma área se destaque através da colocação de algumas árvores ou uma estátua para acentuá-la como uma "porta".

PARA UMA MAIOR FACILIDADE DE ACHAR O CAMINHO INTUITIVAMENTE

Reconhecer a necessidade de estrutura e diferenciação é o primeiro passo para melhorar as possibilidades de achar o caminho. Num nível mais alto, necessita-se de um *designer* que crie um engajamento com o usuário para nele incutir uma forma de *atribuir significado intuitivamente*. Chegar a esse ponto requer a investigação sobre quais símbolos contém um significado especial para os usuários do ambiente. Requer um conhecimento de ergonomia, rituais locais, personalidades, patrimônio cultural e características de um lugar para que a identidade do espaço dialogue com o uso e a cultura locais. Estruturas e identidades com mais empatia entre si são mais reconhecíveis e, por sua vez, mais fáceis de navegar. Para atingir essa realidade, um desenho para que as pessoas achem os seus caminhos efetivamente não pode se instalar *ad hoc*. Porém, com uma pesquisa bem-pensada, significativa, e com uma aplicação deliberada, todas as cidades com todas as suas destinações podem ser prazerosas para caminhar e se achar caminhos.

NOTAS

1. Prestopnik & Roskos-Ewoldsen (2000).
2. Lawton (1996).
3. Arthur & Passini (1992): p. 86.

EXPERIÊNCIAS NA RUA NUMA CIDADE DOMINADA PELO CARRO

Tine van Langelaar e Stefan van der Spek, pesquisadores

UM ESTUDO SOBRE A EXPERIÊNCIA DE CAMINHAR EM ROTERDÃ

Existem basicamente dois tipos de centros urbanos: os históricos e os modernos. Centros urbanos históricos, construídos numa era em que ainda não havia carros, tendem a ser lugares bons de caminhar. Cidades modernas são muito mais dominadas por carros, resultando num ambiente menos atraente para pedestres. Roterdã é uma das quatro principais cidades da Holanda e o seu centro histórico foi destruído durante a Segunda Guerra Mundial. A reconstrução pós-guerra privilegiou principalmente os carros, como em muitas outras cidades no mundo, resultando em ambientes um tanto ruins para caminhar. Nós nos propusemos a analisar esse ambiente e os seus usuários, e esperamos poder formular recomendações para as cidades dominadas por carros no mundo inteiro. Queríamos investigar quais os caminhos que as pessoas realmente tomavam, para obter entendimento das preferências pessoais numa cidade moderna, dominada por carros. Queríamos extrair lições para melhorar o centro urbano, baseadas em experiências e comportamento objetivamente mensurado.

Os nossos resultados ilustraram as rotas pelas quais os usuários caminhavam frequentemente e os destinos que eles visitavam. Os participantes não produziram apenas centenas de trajetórias representando o seu comportamento ao caminhar, mas participaram também ativamente na construção de um mapa rico de experiências; um mapa baseado na sua experiência como usuário ao nível dos olhos. Adicionando essa informação, ficou claro quais ruas foram frequentemente visitadas, porém mostrando ser de pouca qualidade, ou o oposto: espaço público de alta qualidade, porém pouco usado. Baseada nos resultados, a Prefeitura de Roterdã

poderia estrategicamente focar-se nos lugares que precisavam de investimento para estimular ruas aconchegantes, bons *plinths* e uma cidade maravilhosa ao nível dos olhos.

A ÁREA DE ESTUDO

A pesquisa de campo durou quatro dias, no início de maio de 2012. Os pesquisadores ficaram em quatro garagens de estacionamento no centro de Roterdã: Westblaak (BK), Lijnbaan (LB), V&D (VD) e Schouwburgplein (SP). Os visitantes que chegavam de carro e continuavam as suas viagens a pé foram convidados como voluntários da pesquisa de campo. Os participantes carregaram consigo um aparelho com GPS por algumas horas (um dia, no máximo). O aparelho registrou a cada 5 segundos onde eles se encontravam. Um total de 674 visitantes participou da pesquisa, resultando em 585 trajetórias válidas. Adicionalmente, os participantes foram entrevistados e fizeram observações sobre as suas experiências.

Fluxos de pedestres das quatro garagens, coletados por GPS: Muito uso (pontos vermelhos) e pouco uso (pontos verdes)

Witte de Withstraat: lojas originais e um ambiente bom

Para entender o comportamento de caminhar, distinguimos 'mover' e 'ficar'. 'Mover' representava movimentos ativos, enquanto 'ficar' representava passar mais tempo num certo 'destino' ou exercer uma atividade (fazer compras, comer, etc). Os participantes tenderam a estacionar os seus carros o mais perto possível do seu destino, e muitas vezes tomaram o caminho mais direto possível. A maior concentração de movimentos foi localizada na rua comercial principal (Lijnbaan) e duas grandes avenidas de quatro pistas (Coolsingel e Westblaak) foram barreiras na rede. 'Ficar' foi principalmente concentrado perto das grandes lojas.

ANALISANDO A EXPERIÊNCIA DE RUA

Avaliamos, também, a qualidade do espaço público conforme ela é experimentada pelos participantes. Depois de passar o dia no centro da cidade, eles foram convidados a mapear as suas experiências. De que lugares eles desfrutaram e porque? Em quais ruas sentiram uma sensação desconfortável e porque? Esses dados ofereceram informação qualitativa sobre a experiência dos visitantes.

Os visitantes marcaram vários pontos como lugares prazerosos, usualmente caracterizados por atividades nas ruas, bares, a vista do horizonte, bom ambiente,

Meent: limpo, simpático e com várias atividades

Westblaak: Travessia perigosa – carros bloqueando a faixa de pedestre, mesmo com sinal aberto

variedade de varejo, diversidade de lojas pequenas de especialidades e limpeza das áreas. Infelizmente, o centro da cidade não proporciona uma experiência positiva em todo lugar. Os visitantes marcaram vários pontos como ruas não atraentes ou lugares negativos, geralmente caracterizados por muito tráfego motorizado, falta de verde, áreas vazias e monótonas, ausência de banheiros públicos, travessias perigosas (tráfego), insegurança devido à falta de olhos pela rua (social), pouca diversidade comercial e falta de hospitalidade.

CONSERTANDO AS LIGAÇÕES QUEBRADAS

Enquanto o centro urbano de Roterdã oferece muitos espaços urbanos bem aproveitados, atraentes, outras áreas são pouco usadas ou transmitem experiências negativas. Qualificar o espaço público agregando novas áreas verdes ou implantando ruas-sem-carros para reduzir o tráfego motorizado e aumentar a segurança são duas soluções 'rápidas'. Além disso, adicionar novas funções como lojas de especialidades, parques infantis e *co-workings* pode diversificar as atividades comerciais na área. Por fim, reparar as ligações quebradas ou ausentes, criando circuitos melhores e aprimorando a acessibilidade dos lugares pouco usados, pode melhorar, também, a esfera pública.

Essencialmente, ruas com alta qualidade do espaço público contêm quatro elementos:

- **programação** ao longo da rua, com **fachadas atraentes** e **atividades** atrás das fachadas
- **acessibilidade** a partir dos pontos de acesso e alta **conectividade** com as ruas em volta
- **escala humana**: tamanho e medidas do perfil da rua em relação às pessoas
- **aparência do espaço público**: mobiliário urbano, arte pública e verde
- As rotas que as pessoas escolheram foram baseadas nos seus conhecimentos da cidade já existentes e no desejo de criar outros conhecimentos da cidade, de quem se espera que surpreenda seus usuários, seduzindo-os a parar e impulsivamente dar uma olhada. É exatamente isso que falta em partes do centro da cidade de Roterdã: a área comercial principal é demasiadamente previsível e uniforme. Melhorias no espaço público não deveriam apenas focar na rua ou no perfil do prédio, mas especificamente no espaço entre os prédios. É lá onde a vida urbana existe e continua.

Essa pesquisa foi conduzida na primavera de 2012 no âmbito do curso 'Urbanism on Track' (AR0068), encomendado pela Prefeitura de Roterdã, Departamento de Desenvolvimento Urbano, e coordenado e supervisioado por Stefan van der Spek.

OS PLINTHS DA CIDADE CALOROSA

Thaddeus Muller, sociólogo urbano

A Cidade Calorosa existe na intersecção de aspetos físicos e sociais observáveis da vida urbana. Nossas percepções como pessoas que usam o espaço público são uma das pedras de base da cidade calorosa. Para algumas pessoas, a multidão no centro da cidade é apenas um incômodo, porque obstrui o seu caminho de A para B. Para essas pessoas, a cidade deveria ser funcional, um meio de transporte dos seus escritórios até as suas casas. Para muitos outros, as pessoas no espaço público formam um reservatório de experiências diversas, cognitivas, tácteis, emocionais, estéticas, sensoriais, eróticas e relacionais. No meu livro *A Cidade Calorosa*, eu foco principalmente nas interações entre estranhos (Goffman 1963, Lofland 1973), e o que eles experimentam, sentem e pensam durante um conjunto diverso de encontros, incluindo interações fugazes - breves contatos visuais e a troca de algumas palavras ou frases – bem como interações mais duradouras, como discussões intensas sobre esportes, política e flertes. Na sociologia urbana, a vida urbana pública geralmente tende a ser descrita como fria, anônima e impessoal (Wirth 1938). Com a minha pesquisa, eu mostro uma perspectiva radicalmente diferente sobre a vida pública urbana. Escuto as vozes daqueles que se sentem em casa entre estranhos nas ruas e praças da cidade e analiso como isso se relaciona com a diversidade de interações na esfera pública.

Sou especialmente inspirado pelo trabalho de Whyte sobre o espaço Público em Manhattan (1988) e o segundo livro de Lofland sobre a esfera pública (1988), no qual ela constata que estruturas megalômanas

CONNOR'S
CONNOR'S
CONNOR'S

destroem a vida pública vibrante e a tornam uma versão fria, pasteurizada. Em ambos os estudos, os *plinths* são considerados uma qualidade essencial de um espaço público vibrante. Ruas com *plinths* acessíveis, transparentes, e principalmente relacionados à fachada aberta de lojas pequenas, atraem mais pessoas que ruas sem *plinths* com essas qualidades. Dando um típico exemplo holandês do meu livro: pedalando pela cidade, meus respondentes geralmente escolhiam as ruas mais movimentadas, porque isso era mais divertido. Eles queriam olhar as pessoas andando e pedalando, e/ou foram simplesmente atraídos pelo ambiente cheio de vida. Queriam escapar do tédio das ruas com megaestruturas. Mesmo na bicicleta, eles mergulhariam nas diversões da vida urbana.

A paisagem urbana importa, especialmente através de lojas pequenas com um caráter aberto. Pode-se ver pessoas fazendo compras, sentadas, bebendo, comendo, experimentando roupas, exibindo-se, casais aborrecidos e frustrados, ou felizes da vida um com o outro. Devido aos *plinths*, temos acesso a pessoas e a apresentações de si próprias. Não é apenas uma comédia humana que pode se vivenciar nestes lugares. Ver os outros e nós mesmos torna-se parte do nosso contínuo projeto-de-identidade (Giddens 1996). Nos comparamos com outros, rejeitamos os outros com desprezo, admiramos a sua impressão, e nos sentimos até inspirados a reproduzir partes das suas aparências, dos seus comportamentos e dos jeitos com que eles se relacionam um com o outro. Uma moradora urbana me contou

que ela viu um casal andando de mãos dadas de um modo tão íntimo que ela pensou no seu próprio relacionamento, se perguntando se ela poderia andar assim - tão junto - com o seu parceiro. Nós não vivenciamos a vida urbana de fora, fazemos parte dela. Pessoas nos olham, nos vêm, falam conosco, nos tocam e nos cheiram. É recíproco. Somos objetos e sujeitos ao mesmo tempo. Conectamos, interagimos, às vezes estrategicamente, às vezes sem qualquer esforço consciente.

Plinths não criam somente uma experiência social distintiva, mas também uma experiência física única. Por exemplo, em razão de *plinths* abertos, o cheiro dos produtos sendo vendidos, como pão fresco, vegetais, flores, café e comida de todo canto do mundo nos impregna. Também temos a sensação de tocar em tomates, maças, sapatos, roupas, livros, etc. Um outro aspecto típico da experiência física dos *plinths* é a locomoção. Numa rua com pequenas lojas e fachadas abertas, pode-se vaguear saindo de uma loja para a rua e vice versa. Isso acontece com a sensação de escolha, liberdade e individualidade. Alguém pode ceder à atração que sente quando passar por uma loja. E também existe a autonomia de um escape rápido: a saída sempre está a poucos passos. Uma loja com fachada aberta faz com que alguém se sinta conectado à cidade, à rua, onde pode vivenciar a liberdade da diversidade, respirar ar fresco e sentir a luz do sol.

Vida publica também envolve observar objetos. Trata-se do prazer de olhar para produtos que desejamos – bens bonitos, deliciosos, engraçados, extraordinários, exóticos. Olhar produtos pela janela de um *plinth* pode também se tornar uma experiência coletiva: queremos compartilhar as nossas descobertas com os nossos amigos. Falamos sobre a música de que gostamos, os filmes que queremos ver, pessoas nos aconselham, às vezes até estranhos. Nas entrevistas para *A Cidade Calorosa*, e nos estudos relacionados a espaços semi-públicos (como os mercadinhos na esquina, cabelereiros, cafés e lavandarias automáticas), um outro aspecto importante desses lugares foi evidenciado. Estes lugares são os solos férteis para pequenas comunidades transitórias, que nos conectam à cidade e fazem nos sentirmos em casa.

A qualidade fundamental que é adicionada à vida urbana pública pelas lojas pequenas com fachadas abertas é a sua permeabilidade, a integração parcial do público (a rua) e o privado (a loja). Pequenas lojas com fachadas abertas não criam somente o contexto para a cidade *calorosa*, mas permitem movimento entre o público e o privado. Vida pública possibilita que atravessemos essas fronteiras e que possamos ir de uma experiência para a outra. Essa oscilação, esse movimento, cria uma experiência oposta à da situação urbana fria, fixa e estática, onde nos sentimos presos em um não envolvimento e estranhamento. Este movimento cria interação, sentido, histórias e narrativas através das quais nos nós apegamos à cidade, às suas possibilidades e transformações.

A CIDADE AO NÍVEL DO OUVIDO

Kees Went, *designer* sonoro

Embora a aparência da cidade seja importante para a sua apreciação, o som muitas vezes é responsável por como nos sentimos num lugar particular. As propriedades do ouvido são notavelmente diferentes daquelas da vista. A vista é percebida através de um quadro, enquanto o som é experienciado numa esfera, cobrindo 360 graus de todas as direções à nossa volta. O espaço acústico que indivíduos e objetos ocupam é, na maioria dos casos, muito maior que o seu espaço físico. Nós podemos escolher para o que olhamos, mas não necessariamente o que ouvimos.

Este livro trata da experiência da cidade ao nível do *olho*. Eu defendo que uma boa estratégia para a cidade ao nível dos olhos precisa levar em conta a acústica urbana, a cidade ao nível do *ouvido*. Os sons que experienciamos podem variar muito de rua para rua e podem influenciar o jeito com que sentimos ou percebemos um lugar, uma rua, bairro, ou um *plinth*. Condições auditivas adequadas possibilitam a comunicação e interação com a cidade e com o outro.

SOM NO ESPAÇO PÚBLICO

O termo *soundscape* é o equivalente acústico da palavra *landscape,* ou paisagem, e envolve tudo que podemos ouvir numa localização específica. O som da cidade é o resultado da interação entre arquitetura e planejamento urbano, o desenho de tecnologia e o comportamento dos cidadãos. A *soundscape* urbana é predominantemente caraterizada por sons de tráfego e a tecnologia que usamos no espaço público. Toda vez que surge um problema com som, o chamamos de "barulho". Barulho pode ser definido por "som indesejado" e, quando isso se torna um problema, a "poluição sonora" é oficialmente de responsabilidade do governo.

QUANTIDADE OU QUALIDADE

É um equívoco achar que pessoas prefiram o silêncio na maioria do tempo. Pessoas vivendo na cidade aceitam o barulho. A apreciação de um som, porém, não depende exclusivamente do seu nível. Em muitos casos, a abordagem quantitativa não é muito útil porque problemas com som são predominantemente qualitativos. Não é o nível, mas o significado ou o contexto do som que é o mais importante. Depende do contexto se consideramos o som um incômodo. Claro que, quando tentamos dormir, o barulho demasiado do trânsito nos incomoda. Mas se nós gostamos dos nossos vizinhos, provavelmente ficamos menos irritados com os seus sons.

COMUNICAÇÃO ACÚSTICA

Sons são significativos quando se enquadram no contexto. O compositor e pesquisador da *soundscape* Barry Truax estudou a *soundscape* a partir do conceito *comunicação acústica.* Sons são importantes para um local, quando eles fazem parte (ou permitem) da comunicação. Sons que não são funcionais com a comunicação acústica são marcados como barulho. Bom *design* permite boa comunicação acústica.

Segundo Truax, uma *soundscape* satisfatória preenche os três seguintes requisitos. Primeiro, há *variação*. Uma *soundscape* de alta qualidade contém muitos sons diferentes. Segundo, *complexidade* dentro do som é também essencial. Sons monótonos, repetitivos não resultam numa *soundscape* interessante. Terceiro, tem que haver um *equilíbrio funcional acústico* entre o contexto espacial, temporal, social e cultural do entorno. O espaço onde você está não deve soar maior ou menor do que você o vê. O som deve variar com o tempo e deve estar de acordo com o contexto social. Um hotel tem tapetes grossos e uma *soundscape* pacífica que nos faz sentir relaxados. Um prédio bonito ou um bairro pode ser prejudicado por uma *soundscape* ruim, porque não consegue cumprir com o seu objetivo. Cria um entorno pouco atraente, ou mesmo insuportável.

DESENHAR PARA SOM NO ESPAÇO PÚBLICO

O desenho de som no espaço público começa com criar consciência de como nós interagimos num nível acústico. Sugerimos três caminhos para diminuir o impacto de som sem sentido: através de absorção, difusão ou por mascaramento. Todas são técnicas comuns para melhorar as propriedades acústicas de estúdios de som e casas de show. *Absorção* envolve a introdução de objetos com textura macia e aberta. Árvores, arbustos e cercas vivas, e certas esculturas também, podem absorver (e reduzir) os níveis de som indesejável. Superfícies lisas e duras refletem ondas de som diretamente, enquanto superfícies irregulares resultam em *difusão* de som em todas as direções, diminuindo o seu impacto também. Fachadas com superfícies irregulares ou com uma configuração irregular de objetos podem agir como difusores. Uma outra

Fachadas de vidro refletem barulho

Terraços geram uma rica textura de sons

técnica é *mascarar*. Sons irritantes podem ser mascarados por outros menos invasivos, como fontes ou esculturas d'água que são utilizadas para mascarar barulho de tráfego.

Fontes para mascarar barulho

Um *plinth* com atividades interessantes muitas vezes soa bem. A *soundscape* da calçada mistura os sons da rua (como tráfego) com sons de dentro, vindo das casas e lojas. Muitos edifícios modernos têm uma superfície dura de vidro no andar térreo (ou até nos primeiros dois andares). Esses são um pesadelo acústico, porque refletem (e amplificam!) sons, incluindo o barulho do trânsito. Do mesmo modo que os vidros são espelhos visuais, os passantes são acusticamente devolvidos a si próprios e isso impede a possibilidade de conectar com o entorno. Por outro lado, varandas, ateliês, *plinth*s abertos e lojas fornecem uma variedade de atividades que também geram texturas ricas de som. Espaços híbridos personalizados, como jardins frontais e cercas vivas, são ótimos difusores também. Desde que haja uma relação clara dos sons com os eventos concorrentes, eles fazem parte de uma comunicação acústica significativa.

ESCUTAR PARA TER LIÇÕES

A teoria da percepção nos informa que o nosso cérebro não pode processar toda informação que entra com a mesma precaução – também conhecido como *atenção seletiva.* A nossa percepção divide informação entre o primeiro plano e o plano de fundo. Toda vez que um sinal é mais complexo que outro, o mais complexo dominará como primeiro plano. Por exemplo, quando ouvimos duas melodias simultaneamente, percebemos a mais complexa como primeiro plano. Da mesma maneira, texturas ricas de som, geradas por atividades nos *plinth*s que mudam constantemente, expulsarão os sons de tráfego para nosso plano perceptual de fundo.

A *soundscape* urbana é determinada por três elementos: desenho urbano, tecnologia (sons de carros, instrumentos, telefones) e o comportamento e percepção de usuários. O *design* sempre será somente uma faceta. A *soundscape* não é uma condição fixa, mas um processo recíproco. Dentro da comunidade acústica, o ouvinte, como mediador perceptual, é tanto responsável pelo significado do som como a sua fonte. Todavia, o desenho urbano quase nunca considera a influência do som na experiência. *Designer*s deveriam olhar mais atentamente para os requisitos para uma *soundscape* satisfatória de Truax, para se somar a uma melhor experiência da rua.

PESSOAS: A FORÇA DOS MERCADOS

Peter Groenendaal, *placemaker*

Eu acredito em mercados. Dos mercados de rua do bairro aos cobertos, mercados reúnem as pessoas para fazer negócios, se encontrar, ou mesmo para jogar xadrez. No cerne dos mercados estão as pessoas. As pessoas é que são o motor dos mercados. As três feiras de rua descritas neste capítulo são lugares verdadeiramente poderosos e cada um representa um crédito para o florescimento de sua comunidade. Com baixos custos de manutenção e produção para os comerciantes, os preços dos produtos acabam sendo razoáveis para a maioria dos clientes nas suas comunidades.

Três lugares onde sempre houve pessoas, e onde elas imergiram completamente nos seus mercados locais, são descritos abaixo. De Creta para Amsterdã para Buenos Aires. Mercados puros e simples, já há mais de 2.500 anos. Visitar esses mercados é uma verdadeira experiência pessoal.

CRYSTALLO DE MIRES, CRETA, GRÉCIA

Os mais antigos mercados de que se tem registro são os das ágoras de Knossos, Creta e Atenas. Ágora é a palavra grega usada para designar um "lugar aberto para assembleia" e identificada como a área na cidade onde os cidadãos se reuniam para anúncios, campanhas militares ou para discutir política. Depois, mercados ao ar livre ou cobertos redefiniram a ágora como lugar onde os comerciantes e artesãos faziam e vendiam os seus produtos. Em 2013, visitei a feira semanal na cidade de Mires, Creta, com meu companheiro de viagens. Quando dobramos a esquina na direção da entrada do mercado, lá

Crystallo de Mires, Creta

Feria de Mataderos, Buenos Aires

estava uma senhora de mais idade, magrinha, com duas caixas de frutas vazias. Ela estava produzindo e vendendo apoios para copos. Compramos alguns e ela nos deu um bolinho e um copo d'água. Na tarde seguinte, encontramos com ela na rua. O nome dela era Crystallo; ela tinha uns sessenta anos e trabalhava nos mercados no sul de Creta já há muitos anos. No final da estação turística, Crystallo pega a balsa para Atenas para trabalhar nos mercados de lá. Em dado instante, ela nos pediu para vigiar a sua mercadoria por um momento. É claro que o fizemos, e ela voltou, nos dando mais um bolinho e um copo d'água.

A senhora Chrystallo representa para nós os comerciantes dos mercados gregos, que têm uma história de 2.600 anos. Nas representações artísticas dos antigos "Mercados das Ágoras", as barracas eram simples, da mesma forma como o são as feiras gregas de rua de hoje, com comerciantes vendendo produtos caseiros, assim como Crystallo.

FERIA DE MATADEROS, BUENOS AIRES, ARGENTINA

Todos os domingos, há a *Feria* de Mataderos no *Barrio* com o mesmo nome. Mataderos é um *barrio* no sudoeste de Buenos Aires, completamente diferente dos bairros com estilos europeus, como Palermo, Belgrano e Puerto Madero. O nome Mataderos vem de mercado de gado e dos matadouros. A área sempre foi um ponto importante para o comércio rural, pois que era a primeira parada dos gaúchos na cidade.

Desde 1986, a comunidade comemora cada domingo com a Feria de Mataderos, uma comemoração exuberante da cultura, cozinha e do artesanato gaúchos. A Feira semanal dos domingos se localiza ao longo de dois quilômetros da rua principal, La Defensa. É um evento semanal incrível.

Vagas e garagens de estacionamento flexíveis se tornam tendas da feira, lugares para comer, e mais tarde o palco para músicos, artistas de rua e muito tango. A Prefeitura não cobra pelos locais para a venda de bens, nem pelo espaço para vender, permitindo que os cidadãos locais ganhem para viver. De tortas e bolos caseiros a bens de couro, joias e roupas usadas, se oferece de tudo. Nos horários das refeições, a área inteira torna-se uma grande churrasqueira. E há música tocando em todo lugar e as pessoas dançam espontaneamente. No final da tarde, o mercado está pulsando com pessoas e energia.

Eu estive lá em 2014. A força da Feria como lugar de encontros e negócios é evidente. Falando com os locais, um tema comum é a segurança quando a Feria acaba e os ônibus levam os visitantes embora. Durante a Feria de Domingo, Mataderos é idílico. Porém, ao anoitecer, o lugar fica inseguro. Esse acontecimento semanal em Mataderos é mágico, o espaço torna-se lugar, um destino prazeroso onde as pessoas brilham.

TRÊS SUBPRODUTOS DE BONS MERCADOS

Economias locais foram construídas em torno de mercados, que oferecem oportunidades de preço acessível para pessoas que querem começar um pequeno negócio e representaram linhas vitais conectando os consumidores e produtores. Não há outro tipo de espaço público onde se represente tão profundamente a extensão multifuncional de lugar. Mercados atuam como catalisadores para a criação de centros locais que perderam o seu senso de lugar. Com a ajuda do Projeto para Espaços Públicos (*Project for Public Spaces,* PPS), desenvolvemos uma lista de três subprodutos de bons mercados.

Precisamos preservar esses lugares muito especiais, multifuncionais e o papel que eles exercem na saúde de longo prazo das economias locais. Precisamos apoiar a criação e o gerenciamento dos mercados de todos os tamanhos no mundo inteiro, a fim de reconectar economias e comunidades.

Mercados Vibrantes Reforçam a Identidade Local
Mercados não são apenas uma fonte vital de engajamento comunitário. Mercados podem também amplificar os aspectos da cultura local. A ideia de mercado é bastante aberta para os talentos e interesses de uma região. Junto com a indústria, muitas cidades perderam também o seu senso de identidade. A alimentação sempre será a cerne dos mercados, mas todas as outras coisas dependerão das necessidades locais. Por exemplo, a cidade de Detroit é conhecida pela indústria de carros. Um mercado semanal de carros clássicos poderia fortalecer a identidade da cidade e proporcionar um local vibrante para encontros comunitários. Todos os sábados, *food trucks* poderiam ser instalados num estacionamento com uma fileira de carros clássicos a venda ao longo das bordas. Se os líderes comunitários estiverem abertos para isso, um mercado pode ser tudo.

Conjuntos de Atividades Tornam Mercados Pontos Comunitários
Quando alimentação e agricultura têm um papel importante na cultura local, a presença de um mercado é mais fácil de defender. Porém, muitas cidades se desconectaram dos sistemas maiores de produção dos alimentos que as servem e os usos auxiliares se tornaram importantes para a longevidade dos mercados. Isso abre boas perspectivas para lugares. Mercados maravilhosos são criados pelo agrupamento de atividades. Eles requerem uma agregação intencional de produção local de alimentos, mas também de outros serviços e funções. A alimentação é um motivo central para as pessoas se encontrarem, e esses encontros criam um ponto central para a vida comunitária.

Mercados Catalisam o Desenvolvimento do Bairro
A maior força dos mercados na economia atual é a de que mercados públicos são motores econômicos substanciais em muitas cidades do mundo. Mercados criam muito espaço para pequenos comércios e desenvolvimentos em escala pequena, oferecendo uma maneira mais "Leve, Rápida, Barata" para apoiar, promover e aumentar a atividade econômica. Toda cidade tem os recursos para produzir alimento localmente – e se um lugar denso como New York pode tornar-se um líder de agricultura urbana, todas as cidades podem. Além disso, o encontro das pessoas, como aspecto de produção social dos mercados, é uma contribuição à resiliência para comunidades urbanas e rurais.

O 'MERCADO DAPPER', AMSTERDÃ, HOLANDA

Amsterdã abriga mais de 175 nacionalidades. O mercado Dapper parece atrair todas elas, sejam comerciantes ou frequentadores. Como os outros mercados de Amsterdã, o Mercado Dapper, ou Mercado Mundial, é um mercado de rua. Em seis dias por semana, a rua se transforma de um espaço público em um de mercado muito movimentado. A cada dia, aproximadamente 15.000 pessoas vão ao mercado, o que apresenta 4,8 milhões por ano. São mais pessoas se comparado com os visitantes do Empire State Building em New York.

Mercado Dapper, Amsterdã

O bairro Dapper no leste de Amsterdã é um bairro verdadeiramente diverso, e não surpreende que o mercado reflita essa diversidade. Muitas das nacionalidades que vieram para Amsterdã têm genes de comerciantes, então o mercado sempre ganha sangue novo. Em Amsterdã, a Prefeitura gerencia a maioria dos mercados. Em comparação às lojas, as regras e regularizações são muito mais rígidas. Essas regras foram estabelecidas há mais de cem anos, para prevenir violência na abertura dos mercados a cada início de manhã. As pessoas quase se matavam por um lugar melhor, numa esquina ou no centro do mercado na Praça Dapper.

LIÇÕES DOS MERCADOS

Há uma tendência recente de os comerciantes e empreendedores gerenciarem os mercados, dado que os governos não enxergam isso como a sua tarefa principal. Há sucessos, bem como falhas para relatar. Uma boa mistura de grupos de gerenciamento certamente é a chave. É crucial incluir os frequentadores com um papel consultivo no gerenciamento do mercado. Um bom mercado tem uma mistura de produtos e pessoas, e, sobretudo, é um lugar maravilhoso de estar. Mercados bem-sucedidos precisam comunicar o seu sucesso efetivamente. A programação e a comunicação à comunidade também são importantes, usando uma página da internet em vários idiomas, Facebook, e outros tipos de mídia social.

Mataderos prova que, quando a Prefeitura quer e pode oferecer espaço, as pessoas respondem e se aproveitam dessa oportunidade para desenvolver os seus empreendimentos, um primeiro passo na escala social.

O Mercado Dapper prova a cada dia que mais de cem nacionalidades com o objetivo comum de ganhar a vida podem ser bem-sucedidas. O mercado tem efeitos positivos de longo alcance para os que nele trabalham e o frequentam, bem como para a Cidade de Amsterdã como um todo. Aqui a Prefeitura administra o mercado e cobra taxas dos comerciantes. À noite, a Rua Dapper é uma rua de estacionamento pago: renda dupla para a Prefeitura. Mercados podem proporcionar uma experiência fantástica, humana, na cidade ao nível dos olhos. Mercados são a maneira definitiva para as pessoas se encontrarem e fazerem negócios. Cidades cresceram a partir dos Mercados. Pessoas realmente controlam os mercados pelo mundo inteiro. Com e/ou sem regras. Puro e simples.

PELA FORÇA DE 10

Norman Mintz, *placemaker*

ESTÁ NA LINGUAGEM

A Força de 10 é uma ideia simples. O fundamento do conceito é o de que há muitas atividades num bom lugar e bons motivos para se estar nele, talvez 10 ou mais. Toda pessoa olha para um lugar de uma perspectiva diferente, baseada nas suas próprias experiências, sua própria cultura e personalidade. A Força de 10 oferece um quadro fácil e compreensível que estimula habitantes e *stakeholders* a revitalizar a vida urbana. Mostra que, ao começar esforços numa escala pequena, eles podem alcançar muito. O conceito proporciona algo tangível às pessoas para elas alcançarem e as ajuda a visualizar o que é preciso para fazer com que a sua comunidade se torne maravilhosa.

Pessoas e espaços se encontram para fazer a noção do lugar. Uma vez que pessoas estão no coração do *placemaking*, a criação de uma linguagem para o lugar é importante. A pessoa comum, alguém que more na área, deve ser capaz de entender facilmente esses conceitos. A Força de 10 proporciona essa linguagem comum. Essa abordagem tem significado para as pessoas, porque faz parte da vida delas. É algo de que elas podem ver que faz sentido; algo em que elas podem se encaixar. Não estão repassando o processo para uma outra pessoa, um outro 'especialista'. Elas querem ser envolvidas e quando ouvem da Força de 10, ficam imediatamente empolgadas.

ATIVIDADES SÃO A CHAVE

Para continuar a construir comunidades vibrantes com ruas prósperas, as atividades são a chave. Ir para a cidade é algo que pessoas gostam de fazer. As atividades farão com que elas continuem indo mais e mais. Infelizmente, em muitas comunidades, os lugares públicos de encontros, como os correios e as bibliotecas, estão saindo das cidades e da rua principal na busca de imóveis maiores e de mais espaço. Manter esses serviços urbanos – ou o que chamamos -'ancoras da comunidade'- no centro urbano é chave. Quanto mais funções acontecem na cidade, mais viva e vibrante ela será.

Em projetos de revitalização, avaliamos quantos e quais tipos de atividades são disponíveis para as pessoas. Usualmente, há alguma coisa interessante para fazer. Pois perguntamos: podemos expandir isso para duas, quatro, seis outras atividades. Quantos lugares de qualidade situam-se nas proximidades, e como eles são conectados? Há lugares que deveriam ser mais significativos, mas não o são? A resposta a essas perguntas determinará onde as pessoas e os *stakeholders* deveriam focar as suas energias.

Um grande sucesso é o Parque Bryant, na Cidade de New York. Nos anos 1970, o parque, naquela época altamente ocupado por cercas-vivas desalinhadas e cercado por uma grade alta, estava cheio de miséria e traficantes de drogas. O passante comum não tinha qualquer desejo de entrar no parque. Porém, nos anos 1990, isso mudou. O trabalho de William "Holly" Whytre contribuiu muito para a *virada* do parque. Ele estimulou o redesenho das entradas, o rebaixamento dos arbustos que bloqueavam a vista para dentro do parque, a colocação de cafés de pequena escala e quiosques, e o estabelecimento de uma entidade administrativa, implantada pelo setor privado para segurança e manutenção, comandada por um distrito grande de melhoria de negócios (*business improvement district* – BID), a Bryant Park Corporation. Foi ideia sua também colocar 2.500 cadeiras móveis no parque. O efeito: as pessoas vieram para sentar, olhar e apreciar a companhia das outras.

FACHADAS E A CALÇADA

A Força de 10 pode ser uma base para iniciar qualquer processo de *placemaking*. Por definição, *placemaking* acontece no andar térreo, a cidade ao nível dos olhos. A calçada muitas vezes é um ponto de partida. Há algo apreciável em relação à calçada. É aqui onde entra o princípio da "Triangulação", no qual elementos adicionais são acrescentados a uma atividade particular, dando mais interesse à atividade; o que precisamos para manter as pessoas caminhando e para manter o seu interesse? Deve haver *algo* para olhar ou para se engajar; a ideia é estimular o pedestre durante a sua experiência de caminhar.

O carrossel do parque Bryant: um bom exemplo da Força de 10. Serve também como excelente exemplo para ilustrar o princípio da 'Triangulação'. Note que o Carrossel traz com ele outras atividades, como uma tenda de venda dos ingressos lúdica e engajadora, e uma "sala de leitura" em escala, para crianças. Ao lado (fora da foto) há a "área de jogos" para crianças e uma área especial para festas infantis.

No nosso trabalho nas ruas principais, esse algo são as fachadas das lojas, que nesse livro são chamadas de *plinths*. Criar continuidade entre a calçada e as fachadas é essencial para a cidade ao nível dos olhos. As fachadas das lojas devem chegar até o alinhamento – é isso que estimula as pessoas a caminhar, fazer compras, ficar interessadas. Qualquer coisa que tire a atenção das fachadas das lojas é problemática. Por exemplo, recuos súbitos no alinhamento, colunas ou pilares grandes e "zonas mortas" interrompem a rota do pedestre e a linha de visão, criando dificuldades para as lojas cumprirem os seus objetivos: convidar as pessoas para entrar.

Muros cegos, que hoje em dia são sempre presentes nas nossas cidades, são zonas mortas também. Logo que o pedestre chega numa zona morta, ele se desinteressa em caminhar ou fazer compras ou qualquer coisa. Pois a questão se torna: como podemos preencher essas zonas mortas com vida e atividades potenciais? Cartazes, vitrinas, vegetação, marcos históricos, qualquer coisa pode gerar vida no espaço morto. De fato, zonas mortas formam uma ótima oportunidade para a comunidade se unir e criar algo relevante e significativo para ela. O objetivo é promover interesse numa superfície maior possível.

Parque Bryant, New York

A “Sala de Leitura” no parque Bryant: uma das atividades mais bem-sucedidas no parque e um bom exemplo da Força de 10.

Na maioria dos casos, comerciantes individuais podem fazer pequenas mudanças nas suas fachadas. Pelo fato de que a natureza do comerciante é o pensar sobre o *interno* – os produtos que ele vende, as vitrinas, a planta da loja e fluxos, publicidade –, pode ser difícil para ele pensar sobre o *exterior* do prédio. Às vezes, pegamos os comerciantes pela mão, saímos e mostramos a eles o exterior dos seus prédios. É assim que eles podem ser envolvidos na triangulação. Na maioria dos casos, pequenas adições, de baixo custo, podem ser feitas, que não apenas contribuem para a imagem do negócio, mas também ajudam a engajar o pedestre, através da captação de mais interesses para a calçada. Essas adições podem incluir um novo letreiro imaginativo pendurado, a colocação de uma cobertura colorida, vitrinas de lojas criativas, adicionar um banco para sentar, ou colocar mercadorias na calçada.

AS PESSOAS A POSSUEM

Para provocar mudanças, a implementação é o começo. Uma coisa é procurar a prefeitura ou departamento de planejamento para orientação e liderança. Porém, o teste real e melhor para qualquer projeto de revitalização é o envolvimento da comunidade. Nem os comerciantes, nem a prefeitura são donos da cidade, as pessoas a possuem. O caso do Parque Bryant ilustra como os distritos comerciais e bairros urbanos comerciais podem ser revitalizados, através de abordagens inovadoras de pequena escala que estimulem a prosperidade dos negócios locais. Pode ser tão simples como colocar cadeiras na rua, plantar flores e reparar rapidamente qualquer coisa quebrada. Envolvendo a comunidade, o projeto nunca está “pronto”. Continuará a ser modificado, melhorado e ajustado. Isso é uma qualidade determinante de um lugar urbano vibrante. Não basta ter apenas um lugar fantástico num bairro, ou um bairro maravilhoso numa cidade. A coleção de comunidades interessantes é o objetivo último.

OS ALTOS, E BAIXOS DO ESPAÇO PÚBLICO

Martin Knuijt, paisagista

O RITMO DA CIDADE E O ESPAÇO PÚBLICO

A velocidade dinâmica e o ritmo vibrante da vida urbana ativam a nossa imaginação. A maioria dos centros urbanos tem pontos onde o ritmo cotidiano é ativo e onde as pessoas se encontram a qualquer hora do dia. A esfera pública oferece um palco para se exibir e para os usuários expressarem as suas mensagens, sejam elas econômicas, corporativas, sociais, ambientais ou artísticas. Para cada pessoa, há para onde andar, há algo para fazer. Porém, ás vezes, esses ritmos urbanos são muito interrompidos. A predominância de carros, *plinths* não ativos e prédios vazios contribui negativamente para o centro urbano. A segregação de funções fez com que as coisas piorassem. Nos últimos 60 anos, muitas cidades optaram por centros urbanos servindo somente os pedestres, reduzindo a variedade de atividades nos seus espaços públicos.

Cidadãos em muitos centros urbanos usam o espaço público de uma maneira muito flexível – carros, bondes, pessoas, todos se misturam. O desafio do espaço público não se refere somente a espaço bem projetado, mas principalmente à programação e ativação do espaço. Para chegar lá, o espaço público deve ser melhor definido e as melhorias da rede da esfera pública devem resultar na possibilidade de uma caminhada contínua, com cruzamentos perfeitos com a rua principal, com pedestres, bicicletas e carros, todos no mesmo nível e com calçadas largas e confortáveis. A criação de uma esfera pública que funcione bem se destina a gerar lugares para se encontrar, olhar e ser olhado.

Espaço público não trata somente de espaço bem projetado, mas principalmente de programação e ativação do espaço. O mercado noturno na Lansdowne Road, Croydon, Londres, Reino Unido

CENOGRAFIA

"Espaço" deve ser tornado "lugar" pela criação de locais acolhedores para se ficar. As pessoas querem lugares para sentar, contemplar, debater, se exibir. Para contribuir com uma paisagem de rua, é importante que haja esses lugares para se ficar e desfrutar do espaço público. O equilíbrio entre "lugar" e "movimento" na cidade apela por direcionar o movimento e a possibilidade de mudar o uso do espaço. Trata-se de melhorar o equilíbrio entre transporte rápido e lento; entre exercícios específicos e atividades recreativas. Dentro da cidade, a cenografia dos espaços deve ser orquestrada, permitindo usos informais, reequilibrando espaço e movimento.

FLUXO E RELAX

Uma tendência recente no projeto da rua, a das superfícies compartilhadas, visa a mistura de diferentes tipos de usuários, bem como providenciar acesso para todos. Os usos de hoje sugerem algo além disso, que resulta no conceito de "espaço compartilhado 2.0 (*shared space 2.0*). O elemento principal é priorizar pedestres e desacelerar o tráfego na cidade, sem eliminar o trânsito motorizado. O pilar do programa é fazer lugares movimentados e lugares tranquilos. Precisamos criar uma convivência entre "relax", a forma mais harmoniosa de "lugar", e "fluxo", a forma mais apropriada de movimento. Isso vai além de uma abordagem superficial, e abraça os altos e baixos naturais dos espaços públicos – os de fluxos e os de relax. Em certos momentos, espaços precisam permitir

Convivência entre ”relax”, a forma mais harmoniosa de “lugar”, e ”fluxo”, a forma mais apropriada de movimento – *shared space 2.0*, Projeto Espaço Público do Centro Urbano, Basel, Suíça (OKRA i.c.w. Maxwan and Basler Hofmann)

mais fluxos, enquanto que, em outros momentos, eles desejarão permitir momentos de pausa e descanso. O projeto e a programação de um espaço podem refletir e amplificar essa realidade. Esses ritmos podem variar ao longo do dia, da semana, do mês e do ano.

Usos informais na esfera pública podem ser estimulados através da introdução de elementos para sentar que tenham a altura certa, mas que, porém, não são projetados com a forma evidente de

Espaço Compartilhado na Exhibition Road, Londres, Reino Unido

cadeiras. Podem, por exemplo, ser escadarias ao longo de uma massa d'água, bordas altas ao longo de espaços verdes, ou apenas objetos que podem ser posicionados de maneiras diferentes. Mudar os componentes do espaço pode acomodar o seu uso dinâmico. Acionar e desligar elementos de água faz com que os espaços estejam apropriados para organizar eventos, enquanto que nos momentos calmos, a alegria e o prazer que os elementos de água trazem aos espaços os tornam lugares acolhedores para ficar.

Há lugares movimentados e lugares que são menos frequentados, porém ainda funcionam perfeitamente na rede da esfera pública. Em áreas residenciais, o senso de hierarquia nas tipologias de espaço deve ser desenvolvido, desde público, semi-público, bairros coletivos até pátios das escolas acessíveis para a comunidade. O conceito *Shared space 2.0* incorpora os caráteres das diversas comunidades da cidade, permitindo momentos de intensidade nos seus espaços comerciais animados e momentos de folga nos seus quarteirões residenciais, através da definição de uma hierarquia de espaços – pátios frontais, pátios internos, *playground*s, etc.

DIFERENÇA E REPETIÇÃO

O espaço público de amanhã é o contexto para situações que retornam. A vida cotidiana acontece num padrão que se repete, embora também haja diferenças. Deleuze, em *"Différence et repetition",* aplica o *"shared space 2.0"*. A vida pública nas cidades terá a sua rotina do horário de pico, horário do almoço e momentos tranquilos, porém terá também momentos de pico especiais.

DUBLIN, DEPOIS DA EXPLOSÃO E DO COLAPSO

Ciarán Cuffe, arquiteta e conselheira municipal

O LEGADO DO 'TIGRE CELTA'

Memorial Wellington, no parque Phoenix em Dublin

Ao longo das últimas décadas, o desenvolvimento da cidade de Dublin foi como um passeio de montanha russa. Nos anos 1980, o tecido urbano do centro foi prejudicado por pensamentos ultrapassados, que promoveram esquemas viários e a destruição de prédios históricos. Naquela época, temia-se que Dublin virasse uma "cidade rosquinha", ou "*doughnut city*", como tantas cidades nos Estados Unidos e outros lugares. Eis que chegou o "Tigre Celta". Gruas surgiram na linha do horizonte da cidade, e ela foi transformada num canteiro de obras. Ocorreu um frenesi de 15 anos de construção. Em 2008, o frenesi parou repentinamente, e houve tempo para pensar novamente. Alguns prédios bons, e muitos medíocres, foram construídos. A população do centro urbano tinha aumentado em 50%, até aproximadamente 130.000 habitantes. A expansão da região metropolitana fez com que o tempo de viagem dobrasse nas autoestradas para o norte, oeste e sul. Hoje, a região tem uma população de 1,8 milhões de habitantes. A expansão suburbana se estabeleceu, mas o centro urbano viveu um renascimento.

Com o baixar da poeira desse ciclo de explosão e colapso, está na hora de considerar o que pode ser feito para maximizar o potencial da cidade. Três questões podem ser levantadas sobre a cidade no seu estado atual. Como o trânsito pode ser domesticado? O que podemos fazer para melhorar a infraestrutura verde? O que podemos fazer para aproveitar melhor os pequenos sobrados? Se essas questões puderem ser resolvidas, as áreas urbanas poderão enfrentar melhor os desafios desconhecidos pelo restante do século 21.

DOMESTICAR O TRÂNSITO

Num certo sentido, a questão do trânsito tem uma solução simples: facilitar o andar de bicicleta ou a pé, e melhorar o transporte público. Isso já está acontecendo: desde 2004 até 2014, o número de ciclistas indo e vindo do centro urbano durante o horário de pico aumentou em mais de 150%. Só de 2013 para 2014, houve um aumento de quase 15%. O número de viagens a pé também aumentou em 35% durante os últimos cinco anos. Esses números encorajam, porém eles só se aplicam ao centro urbano. Quanto mais afastadas do centro, mais pessoas estão apegadas aos seus carros. A saída é garantir que o carro não domine o centro, apelar por mais zonas de 30 km/h, estreitamentos das ruas, uma redução gradual de espaços para estacionamento e melhorias do transporte público. Boa notícia: um *tram* irá ligar duas linhas existentes que passam pelo centro urbano. Devolver mais espaço viário vai ser difícil, porém alargar a calçada é a arma secreta do planejador urbano, e acontecerá.

Uma mudança cultural está ocorrendo também. Com o crescimento de uma sensibilidade urbana, a argumentação por melhorias da esfera urbana pode tornar-se mais fácil. Iniciativas europeias para enfrentar o barulho urbano, poluição do ar e emissões de carbono permitem às lideranças cívicas argumentar por uma infraestrutura melhor para pedestres e ciclistas. Um estudo de 2014 mostrou que os pedestres gastam mais nos distritos comerciais centrais do que os automobilistas, e esse tipo de evidência estimula o caso desses investimentos. Recentemente, a prefeitura lançou planos para uma rota cicloviária do '*Liffey Boulevard*', ligando o extenso Parque Phoenix no oeste da cidade com o litoral da Dublin Bay, no leste. Comerciantes podem ter medo que isso restrinja os usuários de carros, porém os benefícios parecem compensar qualquer perda de espaço viário de automóveis.

Intersecção de tráfego em Dublin, com um ambiente de baixa qualidade para o pedestre

MELHORIAS DA INFRAESTRUTURA VERDE

Melhorar o acesso às áreas verdes é uma questão crucial na melhoria da qualidade da vida urbana. Muitas vezes é uma questão decisiva para famílias, e surgiu como fator que leva as famílias jovens para os subúrbios. Grandes faixas do centro urbano não têm ou têm pouco espaço recreativo exterior. Os espaços verdes existentes

O Parque Granby, temporário, em terras a espera de revitalização, no centro de Dublin

Terreno vazio, propriedade do Conselho, na Capel Street em Dublin

requerem melhor administração e investimentos. Estão propostos mais serviços nos parques existentes, como cafés, por exemplo. Horários de funcionamento prolongados podem contribuir, assim como facilitar as travessias das ruas movimentadas, para que, antes de qualquer coisa, as pessoas cheguem nesses parques.

Também há muitos lugares centrais que são subutilizados e invadidos por vegetação. O Estado possui terra sem ter os recursos para construir, e outras terras estão vazias, nas mãos de incorporadores falidos. Talvez os parques possam ser uma solução para os próximos anos. No verão de 2013, o temporário 'Parque Granby' permitiu, com sucesso, que muitas pessoas pudessem usufruir da natureza e de eventos culturais, dentro dos limites da cidade.

OPORTUNIDADES PARA PEQUENOS TERRENOS VAZIOS

Durante o *boom*, os empreendimentos foram concentrados nas áreas maiores, geralmente acima de 1.000 metros quadrados, já que podiam gerar mais lucro. Agora chegou a hora de pensar sobre os terrenos menores, que foram negligenciados ou ignorados, quando se focava apenas nas áreas maiores. Sítios menores, especialmente os menores de 200 metros quadrados, sobraram para atrair lixo e atividades nada cívicas. Esses lotes menores poderiam ser usados para empreendimentos de uso misto, bem projetados. Em alguns casos, os incorporadores faliram, em outros, os terrenos são da própria prefeitura.

Se o crescimento econômico continuar, a prefeitura poderia realizar empreendimentos de uso misto nesses lugares, ou, caso contrário, considerar aliená-los com a fixação de diretrizes para um projeto. Isso poderia fazer com que associações de habitação ou famílias pudessem construir moradias a preços acessíveis, no coração da cidade. Ninguém sabe de verdade que futuro está esperando Dublin. Porém, experimentar é bom, e parece que "*pequeno é lindo*" pode ser um bom lema a se observar e seguir nos próximos anos.

RUAS COMO LUGARES

UM GRÃO MAIS FINO NAS RUAS DE SYDNEY

Anna Robinson, urbanista

Sydney, como todas as cidades, está em transição. Nas últimas duas décadas, a transição mais significativa de Sydney foi a de um *Central Business District* (Distrito Central de Negócios), ou CBD, centrado em trabalho, para uma cidade com verdadeiro uso misto, onde as pessoas moram, trabalham, fazem compras, passam seu tempo livre e simplesmente estão. Sydney se beneficia da sua localização única em um porto espetacular. A sua orla e a arquitetura icônica da *Sydney Opera House* e *Sydney Harbour Bridge* dominaram a identidade do lugar.

Desde que sediou os Jogos Olímpicos de 2000, o planejamento da cidade mudou seu foco para além da orla, se estendendo para as ruas, becos ou vielas/ruas dos fundos, espaços cívicos e abertos que compõem a esfera pública. A autoridade governamental local responsável pelo planejamento da cidade, a Cidade de Sydney, implementou uma série de iniciativas que avançam em direção a uma escala mais humana da cidade. Várias iniciativas demonstram a interseção entre desenho e *placemaking* em Sydney, e essas iniciativas representam um novo instrumento para auxiliar a descobrir a sua identidade e personalidade.

A PRIMEIRA EVOLUÇÃO: PEDESTRIANIZAÇÃO

Historicamente, a primeira evolução de Sydney em direção a uma cidade orientada para as pessoas incluiu o redesenho e a pedestrianização de duas grandes ruas: Martin Place, uma alameda para pedestres de

Martin Place°

20 metros de largura, olhada de cima por grandes instituições financeiras, e Pitt Street Mall, a principal rua comercial de Sydney, que cobra o quinto maior valor de aluguel comercial do mundo. A Martin Place era repleta de pedestres, com os trabalhadores andando para o trabalho desde a estação de trem ou da parada de ônibus próxima dos seus escritórios, ou para almoçar, e de volta ao final do dia. Porém, era vazia e deserta durante as noites da semana e o fim de semana. Não existia programação alguma; não havia nenhum incentivo para ficar nestas ruas além dos horários regulares de trabalho.

A SEGUNDA EVOLUÇÃO: UM GRÃO MAIS FINO

Em 1996, 88.000 residentes viviam no CBD de Sydney. Em 2011, esse número dobrou e essa tendência continua. Para complementar esta profusão de residentes, a Cidade de Sydney introduziu várias políticas baseadas no local específico,

Pitt Street

Angel Place

que propõem uma camada adicional de complexidade à esfera pública e à experiência de Sydney ao nível dos olhos. Na rua Martin Place, uma sobreposição de eventos com shows e festivais nas noites e fins de semana foi realizada, criando uma vibração adicional. Hoje, no Pitt Street Mall, uma obra de arte iluminada pendurada atrai e conduz pedestres pela alameda à noite. Para além destas intervenções de grande escala, uma série de outras de escala menor define um novo quadro para *placemaking* e para a identidade de Sydney. A Cidade de Sydney propôs revitalizar a rede escondida de vielas existentes e subutilizadas do CBD. As políticas de arte pública e uma "*Fine Grain Matching Grant*", ou "Co-fundo para o Grão Fino" especificamente para as vielas, as transformaram em destinos para fazer compras e sair para jantar.
Uma política complementar de arte pública utilizou arte para transformar vias públicas, que já foram escuras e pouco convidativas, em espaços públicos acolhedores. Três instalações temporárias foram premiadas e se mostraram tão populares que se tornaram permanentes.

Ash Street

O *Fine Grain Matching Grant* concede financiamento de até $30.000 para apoiar o pequeno comércio que tenha planos de se transferir para as vielas e outras áreas subutilizadas. A Cidade de Sydey define Comércio de Grão Fino como comércio de pequena escala, diverso e inovador, varejo especializado, de hospitalidade ou entretenimento e que promova ativação de espaços subutilizados, como vielas urbanas e espaços de subsolo. A revitalização das vielas aconteceu em etapas. Melhorias incrementais foram realizadas, testadas, revisadas, analisadas. Depois, mais recursos foram direcionados para mais projetos de revitalização das vielas, com base no sucesso dos projetos de revitalização de vielas anteriores. A Cidade de Sydney identificou um número vasto de vielas dentro do CBD e apenas algumas poucas foram revitalizadas até hoje.

Essas novas políticas de grão fino reorientaram a esfera pública do espaço aberto, muito visível do porto para as vielas discretas e arenosas. O programa de rejuvenescimento reuniu departamentos governamentais, empreendedores jovens e grandes organizações e forneceu cerca de $ 10 milhões para melhorias de infraestrutura e para apoiar negócios locais.

O efeito dessas iniciativas é claramente evidente na esfera pública – a experiência visual da cidade ao nível dos olhos é mais engajadora e estimulante,

a experiência física da cidade é mais diversa e com uma escala adequada para pedestres. Passeando pela cidade, pode-se desviar da rua principal, tropeçar numa viela intrigante, descobrir uma excelente instalação de arte ou um pequeno bar florescente aconchegado num porão. As vielas criam um elemento de surpresa além das ruas principais do CBD.

ATIVAÇÃO ATRAVÉS DE EVENTOS E PROGRAMAÇÃO

Enquanto as políticas de desenho urbano e planejamento da Cidade de Sydney possibilitaram essa transformação, o seu sucesso depende da apropriação humana – as pessoas têm que usar o lugar. Habitantes, trabalhadores e visitantes abraçaram a nova experiência oferecida e se apropriaram das vielas de Sydney. Não consomem só o varejo, a hospitalidade e o entretenimento oferecidos, mas também o lugar. Os bares com mesas e bancos superlotados se espalham pelas vielas; passantes param para cumprimentar um amigo; turistas olham as pessoas e fotografam a arte pública. As vielas de Sydney tornaram-se muito mais que simplesmente vielas ou atalhos entre as ruas principais. A Cidade de Sydney reconhece que as pessoas ativam os espaços urbanos e reforçam a identidade de um lugar. Para responder à demanda de *placemaking* através de ativação urbana e consumo de espaço, a Cidade de Sydney implementou uma sobreposição extraordinária de eventos e uma programação com eventos impressionantes todo mês. A programação se constrói sobre o desenho urbano e o enquadramento de planejamento do CBD, permitindo que habitantes, trabalhadores e visitantes participem e reforcem uma identidade verdadeira e autêntica para o lugar. Numa escala macro, eventos grandes acontecem em espaços públicos significativos, como os fogos de artifício da Véspera do Ano Novo, atraindo mais de um milhão de espectadores, com as pessoas assistindo e fazendo piquenique na orla do porto. E numa escala micro, as vielas hospedam instalações artísticas públicas temporárias para o Sydney Festival e o Art & About; são transformadas através de iluminações noturnas para o Vivid Festival, e seus cafés, restaurantes e bares oferecem requintes culinários para o *Good Food Month,* ou Mês de Comida Boa.

PELAS PESSOAS, PARA AS PESSOAS

A experiência das ruas de Sydney, vielas, espaços abertos e cívicos vai além de desenho e planejamento urbano. Sydney deixou de ser unicamente uma experiência da Opera House e Harbour Bridge. Evoluiu por meio de um conjunto intrincado e complexo de iniciativas baseadas em especificidades locais, de grande e pequena escala, incorporando uma mistura de funções, camadas e arte pública, um programa de eventos diários, semanais, mensais e anuais. As pessoas hoje se envolvem com a cidade, participam em eventos e ativam a esfera pública em todas as escalas. Isso é *placemaking* feito por pessoas.

DESENHAR A PARTIR DA RUA

uma conversa com Ton Schaap, urbanista

A RUA E O PLINTH PRECISAM UM DO OUTRO

Como humanos, nos focamos em encontrar outras pessoas, para o quê precisamos da esfera pública urbana. Naquele domínio, a escala humana é importante, bem como a vibração do lugar – as duas são proporcionadas pelo andar térreo, a cidade ao nível dos olhos. Quanto mais uma cidade contém de esfera pública, mais bem-sucedida será a longo prazo. Isso não se refere apenas ao *plinth*, mas ao desenho inteiro da rua e dos espaços públicos; a rua e o *plinth* precisam um do outro.

Plinth residencial em Amsterdã

Em muitas áreas de prédios de escritórios, os mesmos são posicionados num campo (de estacionamento) e o espaço público é determinado, principalmente, pelo carro e pelo estacionamento. Um lugar onde o carro é dominante, geralmente não é um lugar atrativo em que as pessoas querem estar. Essas áreas são necessárias, porém não são como as ruas e bairros vibrantes que fazem parte do sistema urbano.

RUAS URBANAS RESIDENCIAIS

A minha inspiração para desenho urbano e os *plinths* vem da cidade europeia de antes do uso em massa do carro. Muitas vezes se assume que os *plinths* são não residenciais, mas a maioria das áreas urbanas de alta densidade em Amsterdã é residencial. Essas áreas atrativas encontram-se nas zonas urbanas europeias de antes do século 20. Na arquitetura e no urbanismo modernistas isso foi perdido: a rua foi vista como espaço vazio entre os prédios. No entanto, a vida urbana acontece especialmente nas ruas residenciais e elas devem ser desenhadas com fachadas e *plinths* atrativos.

Habitação do século 19 com “geveltuintje” (pequeno jardim na calçada)

Zona privada entre o *plinth* e a calçada

Muitas das ruas atrativas em Amsterdã são ruas residenciais comuns, mas com um desenho sofisticado entre o andar térreo da moradia e o espaço público. O desenho do *plinth* deve ser uma combinação de público e privado – um morador precisa de privacidade. O tamanho da janela é importante: os moradores não deveriam estar escondidos atrás de persianas ou cortinas numa janela demasiadamente grande, ou atrás de uma janela de cozinha que é pequena demais. O mais difícil de desenhar é uma rua com satisfação mútua para os residentes e para as pessoas que passam. É preciso detalhes refinados, e eles podem ser providenciados por pequenos jardins frontais ou zonas privadas ao longo da calçada (zonas híbridas).

IJburg (ver fotografia) é um exemplo onde o andar térreo das habitações e dos quarteirões urbanos tem um bom desenho que se relaciona com a rua urbana. Para o projeto do IJburg, olhamos bem para as ruas e canais da Amsterdã antiga. Borneo-Spoorenburg, nas Docas Orientais, também é um bom exemplo; ali o *plinth* das casas tem um pátio ou garagem e gera um bom equilíbrio entre a entrada de frente e a de trás, entre formal e informal. As calçadas são suficientemente largas para se poder sentar na rua, então os moradores gradualmente ocupam partes dessa zona de 3,5 metros com bancos, plantas e pequenos jardins na calçada.

O PERFIL DA RUA E O DESIGN DO PLINTH

A atitude de desenhar do urbanista e arquiteto é importante: o *designer* considera a rua um lugar para descanso ou para ação?

Nova habitação urbana com *plinths*, nas Eastern Docklands (Docas Orientais), Amsterdã

Van Baerlestraat: rua do século 19 com lojas

Arquitetos devem ser modestos e começar a desenhar do ponto de vista da rua, não do edifício. Arquitetos devem desenhar boas entradas e andares térreos. Assim geram-se boas ruas: o objetivo final.

Wibautstraat: lojas e cafés na esquina da rua

O *plinth* é importante para o perfil da rua, mas os andares superiores também o são: a fachada inteira do edifício contribui para a vibração da rua. O cinturão do século 19 em volta de Amsterdã é um bom exemplo, mas não deve ser romantizado. Depois da construção, esses bairros foram superpovoados e ocupados muito diferentemente de hoje; também não são mais periféricos, mas localizados dentro da cidade. Eu reivindico que se construam prédios e *plinth*s que possam absorver muitas funções: forma talvez não siga função, mas *flexibilidade* para usos diferentes.

O desenho do *plinth* é um desafio arquitetônico: a altura do andar, o tamanho e a posição das janelas e da entrada, assim como também é importante o nível do andar térreo. Quando o térreo fica um pouco acima do nível da rua, a privacidade é garantida, porém a perspectiva do passante não o é. A cidade ao nível dos olhos torna-se plana e monótona; se vê somente concreto.

A altura do andar térreo é importante para luz natural, bem como para flexibilidade para funções futuras não residenciais. Um pé direito alto no andar térreo também cria um ambiente ótimo para o perfil da rua. A altura do *plinth* é um reflexo da cidade; numa cidade elegante, como Milão, os *plinth*s medem até 6 metros de altura (20 pés), o que se encaixa na grandeza das edificações e ruas. No caso de Delft, uma cidade pequena da Holanda, a altura do *plinth* é relacionada ao tamanho aconchegante dos canais e edificações de pequena escala. Não é o tamanho absoluto que importa, mas as proporções da edificação e a sua fachada em relação ao perfil da rua.

PLINTHS NÃO RESIDENCIAIS

A maior parte da vivacidade dos *plinth*s vem daquilo que têm uma função especial, como uma loja, escritório ou outro tipo de programa que não seja residencial. Muitos bairros urbanos têm essas funções, muitas vezes situadas numa esquina ou concentradas na rua principal. Às vezes, essas ruas são transformadas em uma extremidade, em que ela é completamente tomada por lojas, como a Kalverstraat, no centro de Amsterdã. Vibrante, porém demasiadamente movimentada durante o dia, e deserta à noite. O sucesso acarreta monocultura, o que resulta em vulnerabilidade.

Lojas especializadas de pequena escala, como uma padaria

Hoje em dia, a nossa comida é distribuída e vendida principalmente em supermercados, ao invés de nas pequenas lojas locais. Supermercados são caixas fechadas com uma entrada agradável de 6 metros de largura, porém com uma fachada deprimente no restante do perímetro. O supermercado é uma necessidade num distrito residencial, então isso é uma questão urbana. Onde podemos encaixar essas lojas monstruosas no quarteirão urbano? No andar térreo com comércio complementar de apoio à sua volta, no subsolo, ou no segundo andar.

Amsterdã tem muitos habitantes solteiros, que andam de bicicleta até as suas lojas preferidas em partes diferentes da cidade para comprar comidas especiais. Para as compras grandes e pesadas, eles usam serviços de entrega. Isso resultará numa diversificação de oferta nas cidades: as compras em massa feitas pela internet e, através do supermercado, entregues na porta de sua casa; e as compras pessoais em lojas pequenas, a padaria que vende especialidades, o *catering* italiano, etc. Essas lojas voltam ao tamanho e à escala da cidade do século 19, uma escala que as pessoas reconhecem e apreciam. Os donos dessas lojas são independentes, não fazem parte de grandes organizações como cadeias de supermercados. O tipo de cidade que estamos comentando provavelmente não é genérico. É atrativo para aqueles que querem ser o mais independente e auto-suficiente possível. A cidade de Amsterdã aprecia esse nicho da sociedade.

INCORPORANDO PRÉDIOS

Marlies Rohmer, arquiteta

PRÉDIO NA CIDADE

O *plinth* oferece uma forma de se incorporar um prédio na cidade para assegurar que o mesmo faça parte da rua. É o ponto de troca entre a arquitetura e a cidade, entre privado e público. Na nossa arquitetura, enfatizamos isso, assim como estimulamos essa interação e o fluxo entre interior e exterior, bem como a conexão entre a cidade e o prédio. Porém, há outras maneiras para se incorporar prédios na cidade. O *plinth* é apenas uma.

Primeiro, a situação urbana determina como o prédio pode ser incorporado no seu ambiente. A posição do prédio na rua é importante, bem como a largura da calçada e a orientação solar: uma localização no lado ensolarado da rua proporciona outros usos que não os proporcionados na face menos ensolarada. A presença de um pátio ou jardim e o fato de serem públicos, comunitários ou privados também determinam a interação entre os prédios e a cidade. Além disso, a solução adotada em projetos urbanos para estacionamento - dentro, fora ou embaixo de um prédio -, influencia a vida no andar térreo e na calçada adjacente.

Segundo, trata-se da criação de espaços: espaços para encontros no limite entre público e privado. A antiga “stoep” holandesa, um degrau na frente da porta, que se vê ao longo das ruas e canais dos centros urbanos históricos holandeses, é o melhor exemplo disso. O envolvimento de espaço público em projetos arquitetônicos cria um lugar que proporciona encontros entre os usuários. No conjunto residencial para estudantes Smarties, em Utrecht, a cobertura do prédio constitui um local coberto de espera e de encontros, que é acentuado por

Conjunto de Estudantes Smarties, Uithof Utrecht

Bancos na janela, escola comunitária Houthavens, Amsterdã

um grande balanço. Através do seu projeto, o prédio devolve espaço à cidade. Também nas escolas elementares, as áreas lúdicas podem ser projetadas como praças do bairro, mesmo com grades na sua volta. Quando bem desenhadas e não demasiadamente altas, as grades podem gerar até mesmo uso intensivo, proporcionando um local de lazer seguro para os habitantes locais.

CAMADAS DE PÚBLICO E PRIVADO

Não são apenas os espaços maiores que são importantes para se incorporar um prédio na cidade; trata-se, também, de lugares menores que formam as camadas entre a cidade e o prédio. Essa sobreposição cria uma passagem entre público e

ILHA BORNEO, AMSTERDÃ (1997–2000)

Na Ilha Borneo, na área das Docas de Leste em Amsterdã, a Marlies Rohmer Architects projetou um quarteirão que inclui dois pátios internos coletivos. O anel interior de moradias, alinhando os pátios, consiste de *flats* que descansam sobre um estacionamento subterrâneo. O anel exterior contém apartamentos com salas de estar-cozinhas ao nível da rua e portas do tipo "galpão", que podem ser abertas de várias maneiras, assim estabelecendo uma relação entre a moradia e a calçada larga e pública. Isso deve resultar num ambiente de rua vital. Uma parte da calçada foi personalizada pelos moradores, como extensão da sua sala.

BAIRRO TRANSVAAL, HAIA (2000–2005)

O Bairro Transvaal é um típico distrito de trabalhadores, que se degradou nas últimas décadas. Muitos residentes se mudaram de lá para novos projetos de habitação, deixando uma predominância de famílias de baixa renda. Com a revitalização do distrito, ele se tornou novamente atrativo para um grupo amplo de cidadãos urbanos. O projeto consiste de vários tipos diferentes, inclusive um setor de aluguel, e unidades de um setor para venda. As entradas recuadas dos blocos residenciais criam a transição entre os domínios privados e públicos, assim reforçando a vitalidade e a segurança pública na rua. Os blocos residenciais parecem uma entidade única, porém o uso que fizemos de detalhes arquitetônicos, como reentrâncias e relevo na alvenaria (seguindo os exemplos dos blocos existentes) preserva o ritmo visual das moradias individuais.

ESCOLA COMUNITÁRIA "HET MEERVOUD", AMSTERDÃ (2009–2013)

A Praça August Allebé está localizada em Slotervaart, um bairro com habitação desenvolvido no pós-guerra, parte de um projeto modernista. A renovação urbana de toda essa área está em pleno processo. Um dos projetos na Praça Allebé é a "Het Meervoud", uma instituição de ensino fundamental. A "Het Meervoud" conforma-se adaptada à morfologia ortogonal da praça. Os *playgrounds* da escola estão em sua volta. Entradas, bancos e caixas para plantas fazem com que o prédio se incorpore ao seu ambiente.

privado: não apenas na fachada, mas também no desenho da rua, a calçada, a zona híbrida e a entrada do prédio. Pode ser um pequeno detalhe, como um banco embaixo da janela ou alguns degraus na frente da porta da casa. Nos nossos projetos na "Ilha Borneo" (Borneo Eiland) em Amsterdã e no bairro Transvaal em Haia, as camadas são desenhadas para envolver os habitantes na rua. Um tipo de "sensação de varanda" na frente da casa (uma zona híbrida recuada) reforça o clima social: proporciona uma oportunidade para interação espontânea sem prejudicar a privacidade. Pois, para crianças, a calçada é o *playground* ideal porque controle/vigilância é naturalmente presente aqui, como já foi notado por Jane Jacobs – a guru do *balé da calçada*. Calçadas usadas intensivamente geram controle social no qual os pais podem confiar e que beneficia as crianças. A rua constitui a cidadezinha dentro da cidade, onde todos se conhecem e se encontram.

Um andar térreo bem desenhado é essencial para incorporar um prédio na cidade. Em projetos de habitação, um erro comum é o uso demasiado de vidro no andar térreo. Transparência é exigida em todo programa de necessidades, porém, na prática, as grandes superfícies de vidro são fechadas por meio de cortinas, em razão da privacidade. O resultado é uma fachada fechada ao invés de uma transparente. Em razão disso, as janelas devem ser conforme a medida do seu uso, dos espaços interiores e da largura e altura da zona híbrida entre o prédio e a calçada. A solução pode estar numa pequena elevação de 2 ou 3 degraus do primeiro andar, acima do nível térreo, causando uma pequena diferença na altura e, junto com isso, na privacidade.

"O QUE ACONTECEU COM..."

Nos últimos anos, a nossa empresa de arquitetura realizou uma pesquisa sobre o uso e a percepção dos nossos projetos dos últimos 25 anos: "O que aconteceu com...". Falamos com os habitantes atuais e com os usuários, para que pudéssemos refletir sobre os ideais, os sonhos e o conhecimento com os quais foram desenhados os prédios e como eles funcionam hoje na prática. O desempenho de um projeto depende fortemente do seu grupo alvo. O status social e a cultura dos habitantes são decisivos para o grau de sua atitude introvertida e extrovertida, e como eles querem usar a zona de transição para a rua. Em alguns projetos (como o da Ilha Borneo), mesmo a área pública é apropriada pelos moradores urbanos extrovertidos, que passam muito tempo na rua e têm muito contato com os seus vizinhos. Em outros projetos (por exemplo, o do Bairro Transvaal), os habitantes são mais introvertidos e optam por mais privacidade, pois a zona de transição é menos usada. O *plinth* e a passagem de dentro da casa para a rua são então soluções físicas de desenho, porém o uso e a função atuais são determinados pelas gerações sucessivas de habitantes.

BLIBLIOGRAFIA

M. Rohmer, 2015 (no prelo). O que Aconteceu com ...., Rotterdam: nai010 Publishers.

AS CIDADES DO „FUTURO SÃO CIDADES FAVORÁVEIS AO USO DA BICICLETA

Meredith Glaser e Mikael Colville-Andersen, especialistas em mobilidade

UMA MUDANÇA DE PARADIGMA

Por 7.000 anos, desde que as primeiras cidades se formaram, as ruas tiveram um papel muito distinto. Pessoas se encontravam nelas, se deslocavam e vendiam os seus bens. Crianças se reuniam e brincavam nas ruas (sim, nas ruas). Ruas eram a extensão das nossas casas e salas de estar. Eram de domínio público e provavelmente os espaços mais democráticos na história da humanidade.

Pois uma mudança massiva de paradigma alterou a nossa percepção das ruas. O carro. Na urbanização rápida do final dos anos 1800 e no início dos 1900, engenheiros eram os heróis urbanos da hora, enfrentando todos os desafios urbanos atribuídos a eles. Quando o automóvel se tornou mais disseminado no início dos anos 1900, as pessoas ainda estavam acostumadas ao uso da rua como sendo seus domínios. Colisões se tornaram triviais, pessoas (crianças inclusive) morreram e ninguém tinha a solução para esse problema de insegurança devida ao trânsito acelerado. Quase em desespero, o encargo foi passado para os engenheiros, em colaboração com a indústria de automóveis, que viu ali uma oportunidade. Quase que de um dia para outro, as ruas passaram a ser vistas como utilidades públicas, como a eletricidade ou o esgoto. Eram quebra-cabeças para ser resolvidos com equações matemáticas. Cidadãos foram envolvidos em novos conceitos, chamados calçadas e faixas de pedestres, e as crianças em playgrounds cercados. No final, agora vazias, as ruas estavam prontas para os carros.

Depois de 100 anos de engenharia de trânsito, onde pela primeira vez em 7.000 anos a ciência foi aplicada a planejamento social e às ruas humanas, ninguém descobriu como diminuir o congestionamento do trânsito ou reduzir mortes e lesões. Claro, há mais tecnologia para coletar e dados a analisar, porém a mentalidade não evoluiu. Estamos vivendo em cidades controladas por modelos e equações matemáticas, avaliações do impacto, análises de custo-benefício bizarros e muitas vezes desatualizados. Em muitas cidades no mundo, adicionar uma faixa cicloviária separada, alargar a calçada, ou implementar medidas para desacelerar o trânsito leva anos de planejamento – porque não cabe naquele modelo matemático gerado pelo computador, lá no departamento de engenharia.

A urbanização está aumentando, hoje mais do que nunca. Os congestionamentos de trânsito (ainda) estão assolando as nossas cidades, desperdiçando o nosso tempo, dinheiro, energia e as nossas vidas. Precisamos de novas soluções com urgência.

A minivan em Amsterdã

Pedalar é social em Amsterdã

SOLUÇÕES DE MOBILIDADE MODERNAS

A bicicleta faz sentido nas cidades. É um modo de transporte de baixo custo e eficiente. É sustentável, é saudável – porém esses são benefícios subalternos e não o âmago da questão. As pessoas querem ir de A para B da maneira mais rápida possível. Em cidades como Copenhague e Amsterdã, isso significa andar de bicicleta. Investir na infraestrutura cicloviária é um movimento moderno e inteligente para uma cidade fazer. Estudos da Dinamarca nos dão conta de que por cada quilômetro pedalado a sociedade se beneficia de uma rentabilidade líquida de 23 centavos. Por cada quilômetro percorrido por carro sofremos de uma perda líquida de 16 centavos. As nossas cidades precisam de soluções modernas de mobilidade e a bicicleta comprova incessantemente que ela pode oferecer soluções.

PELO OLHO DO USUÁRIO

Uma chave para modernizar as nossas cidades é um bom desenho. Nós todos temos alguma relação com *design* e, num certo nível, nós todos somos *designers*. Um bom projetista se coloca na posição do usuário do produto: o ser humano do outro lado do processo de *design*. Projetistas pensam sobre funcionalidade, usabilidade. Projetar uma cidade para pedestres ou ciclistas – ou qualquer aspecto

O horário de pico da manhã de Copenhague

de qualidade de vida numa cidade – deve ser igual a projetar qualquer outro produto para o mercado. Deve ser como projetar uma cadeira. É fácil e intuitivo usá-la e sentar-se nela? Imagine se andar de bicicleta ou caminhar numa cidade fosse tão fácil e intuitivo.

Planejar para uma cidade de bicicletas naturalmente exige a mistura certa de infraestrutura, comunicação, transporte público e políticas que apoiem os seus cidadãos, e consigam que eles pedalem. O desenho urbano tem um papel preponderante também na criação de um ambiente urbano atraente, na "escala de vida", para pessoas que querem pedalar, sair dos seus carros, mudar o seu comportamento. Uma cidade atraente e cativante ao nível dos olhos fará com que o estilo de vida mude facilmente e logicamente. Com um processo efetivo de *design*, a infraestrutura cicloviária seduz as pessoas a usá-la. Faz com que a bicicleta seja o caminho mais rápido e fácil (e irresistível) de A para B, e as pessoas pedalarão.

A engenharia tem um papel reduzido em algo orgânico e humano como as ruas urbanas. Os fundamentos das boas cidades do futuro devem ser construídos com base em observação humana – antropologia e sociologia – e desenho. (e não podemos esquecer de escutar com cuidado os pensamentos e observações das mentes que lideram na área) São as pessoas de uma cidade que a definem. Devemos estudar os seus comportamentos, os seus padrões e movimentos, desejos e necessidades, para que possamos entender como desenvolver melhor as nossas cidades, como criar ruas mais acessíveis para mais pessoas.

MONUMENTOS PARA O FUTURO

Para nós, ficou o seguinte: mudar a percepção dos cidadãos. A percepção de como as pessoas podem se deslocar pelas cidades. Como fazemos isso? Não adianta dizer para as pessoas para elas andarem de bicicleta ou salvarem o planeta. Isso não funciona. Estimula os subgrupos e apenas estimula as pessoas a se posicionarem, no final, contra os carros, bicicletas contra carros e pessoas contra pessoas. Campanhas devem ser focadas no cidadão e na bicicleta, como a cidade de Munique fez tão bem, ao invés de se centrar na promoção de estilos de vida ecológicos, saudáveis. Segurança e o uso de capacete não devem estar na agenda. Sabemos muito bem que a campanha para uso de capacetes em Copenhague causou uma maior e repentina diminuição de pedaladas.

Infraestrutura cicloviária para o ano todo

Dizer para as pessoas o que elas devem fazer muitas vezes complica desnecessariamente a questão e resulta em mudanças de percepções para pior. Não precisamos complicar as coisas desnecessariamente – desde décadas, andar de bicicleta é e foi uma atividade muito normal para os cidadãos.

Temos que mostrar às pessoas. Temos que projetar e construir infraestrutura da qual há provas de que funciona e que pode ser usada o ano inteiro. Deve ser simples, eficiente e intuitiva. Deve mirar 99 por cento, não os poucos de *lycra* que passam a todo vapor com as suas bicicletas "estilosas". Priorizar políticas para trânsito público em massa mostrará às pessoas. Estreitar as pistas dos carros para gerar espaço para outros tipos de transporte mostrará às pessoas. Diminuir os limites de velocidade e implementar medidas para desacelerar o trânsito mostrará às pessoas. Estabelecer sistemas de bicicletas coletivas mostrará às pessoas. Projetos pilotos proporcionam uma boa maneira para experimentar, ver se uma ideia funciona. Depois, fazê-los permanentes.

Isso não se refere apenas a infraestrutura cicloviária, serviços para pedestres, desacelerar trânsito, desenho urbano. Isso é sobre erigir monumentos. Monumentos que nós, as pessoas, desenhamos, e nos levantamos para criar cidades com qualidade de vida. São monumentos do passado, do presente e do futuro tão importante. Monumentos que melhoram as cidades. Nós somos os arquitetos e desenhistas. Essas são as nossas cidades. Está na hora de trocar a pergunta "Quantos carros podem passar pela rua?" para "Quantas pessoas podem passar pela rua?" A resposta à última se torna muito mais moderna e visionária. E mais simples. Oh, e mais barata.

STREET PERFORMING: BAIXO CUSTO E ALTO IMPACTO

Vivian Doumpa e Nick Broad, advogados e pesquisadores

Buskers (também conhecidos como *street performers*, ou "artistas de rua") são um instrumento viável para rejuvenescer espaços públicos. Quando bem feito, o *busking* é uma opção de alto impacto e baixo custo. Não precisa de infraestrutura, não há barreiras, venda de ingressos, *marketing*, sessões de estratégias; apenas um artista, que não precisa de salário, atuando em troca de gorjetas. E eles podem começar amanhã. *Buskers* incentivam interação social no nível da rua, criam intimidade e permitem às pessoas se sentirem confortáveis e seguras. Eles também proporcionam uma das novas formas de entretenimento ao vivo que cidadãos de baixa renda podem acessar e usufruir.

Porém, o *busking* corre o risco de deixar de existir devido a exigências de autorização, com sistemas de permissão, audições, taxas, processos de candidatura por escrito, proibições de equipamentos, agendamentos e *marketing*, fazendo com que a arte espontânea, surpreendente nos espaços públicos passe a pertencer ao passado. Algumas cidades proibiram o *busking* todas juntas, algumas não têm nenhuma regulação, e há outras que ativamente celebram e apoiam os artistas de rua. A gestão do espaço público geral depende da atitude predominante de cada cidade em relação à inclusão social, liberdade de expressão, acessibilidade e senso de conforto.

O busking pode funcionar muito bem, mesmo com regulações. Por exemplo, a Buchanan Street em Glasgow é um dos eixos de pedestres comerciais mais bem-sucedidos no Reino Unido. Os *buskers* são considerados uma parte essencial da experiência e identidade da rua. As autoridades políticas locais não intervêm, pois a rua continua a ser um local acolhedor. A comunidade é autorizada a se auto-regular.

Melbourne introduziu audições para números de *busking* que poderiam ser considerados "perigosos" (espadas, fogos, etc.), porém o processo de julgamento está nas mãos de

outros *buskers*. Dessa forma, as autoridades de Melbourne permitiram que os artistas da rua se auto-regulem, apesar dos seus medos com relação a segurança.

Em Singapura, em razão do grande número de *buskers* querendo atuar, a Prefeitura estabeleceu um processo de audição, similar a um concurso de talentos. O Conselho Nacional de Artes e os artistas locais participam junto e decisivamente do processo. Porém, na prática, muitos artistas de rua não se preocupam com a obtenção de permissão; e enquanto ninguém reclama, a polícia não os incomoda.

SUGESTÕES PARA POLÍTICAS DE STREET PERFORMANCE

O diálogo e interação entre os *buskers* e autoridades políticas funcionará melhor quando o *busking* for abordado como um recurso para ser estimulado ao invés de um problema para ser resolvido. Para cativar os melhores talentos de *busking,* as cidades devem fazer com que os melhores *buskers* queiram lá trabalhar.

Para atingir isso, políticas e diretrizes de *busking* devem ser desenvolvidas em cooperação com a comunidade de *busking* da cidade. Corretamente implementado, um guia de melhores práticas em *busking* pode ser largamente vantajoso para todos. Autoridades astutas promoveriam a reputação de suas cidades como *hotspots* de *busking* para estimular o capital cultural.

Uma reclamação comum é a de que centros urbanos fracassados são moribundos, enquanto outros comercialmente bem-sucedidos estão se tornando homogeneizados. Uma cena vívida de *street-performing* pode atrair as pessoas aos centros urbanos e estimulá-las a passar o seu tempo lá. Uma cena animada pode mostrar a cultura ou o caráter daquela cidade e diferenciá-la das suas competidoras.

Jerzy, Vienna

UM GUIA PARA INICIANTES PARA ESTIMULAR O BUSKING NA SUA CIDADE:

- Audições para assegurar que os artistas atinjam um padrão básico.
- Com audições, qualquer pessoa pode candidatar-se em qualquer momento, através de vídeo ou pessoalmente.
- *Pitches* (os lugares usados para performances dos buskers) bem-sucedidos, devem ser deixados em paz.
- Nem TODOS os melhores *pitches* são licenciados.
- A licença reconhece a diferença entre tipos distintos de atos (circo, música etc.).
- Não há limites no número de licenças concedidas
- Promoção anual do programa num grande evento de mídia.
- Sistemas de agendamento inteligentes, acessíveis por telefone e abertos 24 horas.
- Qualquer pessoa, mesmo sem licença, pode atuar em *pitches* livres e autorizados
- Um funcionário dedicado deve ser nomeado para perguntas, disputas ou reclamações.– Um website promove os *buskers* envolvidos no programa.
- A cidade visivelmente estimula e apoia os artistas todos os dias.

Mark Rothman, Covent Garden, Londres

UM SISTEMA DE LICENÇAS

Liberdade de expressão é um direito inalienável; a permissão deveria ser sempre concedida e licenças nunca deveriam ser obrigatórias. Em vez disso, se restrições a *busking* existem em virtude de um sistema de autorização, o sistema deve oferecer benefícios significativos em contrapartida. Deve ser desejável.

A licença deve ser considerada uma retribuição para os *buskers* que estão tentando fazer com que a cidade se torne um lugar melhor para viver ou visitar. Desse modo, a pena por violar as regras seria a revogação da licença. Ameaçar com multas, confisco dos equipamentos ou prisão não promoverá um senso de inclusão.

Se houver *buskers* que continuamente se recusem a cumprir as regras, informar os *buskers* da área que é possível que as regras tenham que mudar se o artista não se corrigir, e pedir-lhes que resolvam o caso entre si. Administrado apropriadamente e apoiado por uma comunidade de *busking* que se sinta valorizada, um sistema de autorização oferece extraordinários benefícios potenciais para os habitantes, turistas, artistas e comércio. Cidades favoráveis a *buskers* atraem os melhores artistas do mundo, que podem ajudar a criar espaços animados, vibrantes, permitindo às cidades inspirar-se na energia do *busking* e reforçar bastante essa marca da cidade.

Para apoio ou para saber mais sobre o que *buskers* podem oferecer, visite-nos em buskr.com.

A ALMA ENCANTADORA DAS RUAS DA ROCINHA

Renee Nycolaas e Marat Troina, pesquisadores e urbanistas

A cidade do Rio de Janeiro tornou-se mundialmente conhecida como “cidade maravilhosa” a partir dos anos 1940, quando uma música carnavalesca foi lançada com esta frase em seu refrão. A *“terra que a todos seduz”,* referida na música, era uma cidade que considerava as praias e montanhas tanto quanto a vida urbana, com as pessoas circulando a pé e por bondes e as atividades comerciais concentradas nas principais áreas, constituindo um ambiente propício ao encontro e ao convívio social. A vitalidade das ruas cariocas era o charme da capital brasileira.

Na década de 1960, os rumos da cidade mudaram. A construção da nova capital do país em Brasília, resultou em perda de empregos e receita pública no Rio de Janeiro. No mesmo período, a expansão urbana para a região leste do município foi implementada, baseada no plano urbanístico modernista de Lúcio Costa. Os investimentos públicos foram alocados para a construção desse novo Rio de Janeiro, contribuindo para o declínio das partes mais antigas da cidade.

O modelo de cidade orientada para os carros, estruturada por condomínios residenciais e centros comerciais, tornou-se hegemônico na zona de expansão. As ruas não foram apropriadas pelos pedestres e se configuraram como objetos de observação de carros e ônibus lotados. A crescente violência e o medo contribuíram para a degradação da rua como espaço social. Este modelo urbanístico de áreas monofuncionais e mobilidade baseada em carros ainda pode ser percebido no recente programa de habitação social, que levou à construção de 65.000 novas moradias populares no Rio de Janeiro desde 2009. Condomínios de 500 unidades habitacionais foram erguidos em áreas isoladas, distantes tanto do dos centros dos bairros quanto do centro da cidade.

Rocinha & São Conrado

Enquanto a vida nas ruas da cidade planejada esteve perdendo vitalidade, as vias da Rocinha caminharam em direção oposta.

ROCINHA

Com sua ocupação iniciada em 1929, a Rocinha é uma das maiores e mais conhecidas favelas do Brasil e da América Latina. Por meio de ocupações informais para moradia de famílias de baixa renda, a classe trabalhadora rapidamente transformou a antiga área rural em um núcleo urbano denso, implantado em colinas íngremes. Hoje, mais de 100.000 habitantes formam uma cidade dentro da cidade do Rio. A subdivisão dos grandes terrenos definidos pelo loteamento original em microlotes originou um emaranhado de poucas estradas e muitas vielas e escadarias, em meio a uma massa de edificações de três andares em média. Com o crescimento do

Carnaval

Rio de Janeiro, a localização se tornou estratégica devido à boa conexão tanto com a área consolidada quanto com a zona de expansão.

Como a maioria das favelas, a Rocinha começou como uma zona livre para os sobreviventes. Os residentes são majoritariamente migrantes dispostos a fazer a vida na cidade, mas sem condições de entrar no mercado formal de habitação. Esta ocupação resultou em uma área extremamente densa, com saneamento inadequado e outros serviços públicos inexistentes. A precariedade do esgotamento sanitário e do sistema de coleta de lixo é visível nas ruas e becos, onde são frequentes lixões e valas de dejetos a céu aberto. A insalubridade e a pobreza são marcantes. Ao mesmo tempo, a dinâmica nas ruas da Rocinha é expressiva, divertida e quente. A vitalidade da Rocinha autoconstruída e autogovernada, que poderia ter sido idealizada por teorias urbanísticas recentes, nasceu da necessidade.

A VIDA NAS LADEIRAS

Diante de uma densidade estimada em 700 habitantes por hectare e da ausência de regulação que orientasse a construção das novas residências, coube aos moradores investir o necessário para viabilizar suas habitações. Ao longo do tempo, com o crescimento das famílias e o aumento da riqueza, as casas evoluíram em tamanho e qualidade. No lugar de qualquer norma pública, as possibilidades e o gosto pessoal de cada residente determinaram a aparência dos imóveis. Ao longo das décadas, a Rocinha tornou-se um bairro. O relevo naturalmente montanhoso da área contribuiu para uma tipologia urbana aderente à escala humana. Há escassez de espaços livres, que estão localizados principalmente nas poucas vias centrais que datam do loteamento original de 1929. Estas vias centrais operam como canais de fluxo, interligadas por centenas de trilhas estreitas. É nesta rede de conexões que se dá o convívio social.

A cultura brasileira é alegre. É clichê, mas é verdade. E se verifica na força das expressões multiculturais e artísticas como a música, a dança, as brincadeiras e a espontaneidade. Reuniões em esquinas, crianças brincando na rua e festas com música nas praças são a expressão da vitalidade urbana. Assim é a vida na Rocinha. As pessoas têm seu espaço privado reduzido e compartilham intensamente o pouco espaço público disponível.

Além da reduzida área privada por habitante, há outros problemas socioeconômicos que se traduzem em vantagem urbanística: em vista da precariedade da infraestrutura das ruas e dos baixos rendimentos dos residentes, o carro não é um meio de transporte representativo na Rocinha. A maioria das pessoas caminha ou se desloca por ônibus, vans ou táxis.

As atividades comerciais e culturais intensas e diversificadas seguem a lógica do atendimento às demandas locais. Em menos de um quilômetro, é possível fazer compras, consertar uma motocicleta, encontrar uma barbearia, comprar comida, alugar um filme, ir à igreja ou ao ginásio. Nenhum desses estabelecimentos tem fachada maior do que 8 metros. Alguns deles têm apenas 1 metro. Comércio e serviços funcionam misturados com as habitações, que ocupam principalmente os andares superiores das edificações. Às 18 horas, as ruas do bairro podem ser confundidas com corredores de *shopping centers* nos dias antes do Natal! É neste espaço que velhos amigos se encontram e os problemas da comunidade são discutidos.

A Rocinha, como milhares de outras favelas em todo o mundo, revela por um lado condições miseráveis e desumanas. Por outro lado, é a expressão da vitalidade urbana

Rua na Rocinha

através do convívio nas ruas. Esta é uma característica que não tem sido replicada nos atuais modelos de planejamento urbano brasileiros. Seria este o resultado de uma cidade compacta ou o efeito colateral da superlotação? A coexistência de atividades lúdicas e comerciais seria a expressão do uso misto do solo ou um completo caos? Poderíamos falar de fortes relações sociais ou de cooperação forçada? Os indicadores se equilibram em uma linha tênue.

Algumas lições podem ser apreendidas desta cidade informal e auto-organizada. Sob o ponto de vista do desenho urbano, a Rocinha confirma como uma escala humana, variedade tipológica, alta densidade, flexibilidade dos usos e pouca utilização do carro são fatores que contribuem para um espaço agradável. Considerando sua organização, ela também demonstra que as pessoas, em circunstâncias de dificuldade, são capazes de se organizar. A pouca regulamentação favorece a liberdade para estabelecer reuniões e práticas sociais, para empreender com base na demanda e para formar movimentos culturais de excelência, a exemplo do samba. Temas como identidade e solidariedade também emergem em um lugar onde os vizinhos se apoiam reciprocamente.

A partir destas convicções, é possível atuar em incremento a esta rede coletiva, seja através de intervenções físicas, seja por meio de projetos sociais. A consideração de um quadro de auto-organização não deve ser apenas um conceito da moda, mas pode ser uma estratégia de planejamento integrada.

Tradução Inglês – Português por Marat Troina

RETOMANDO MUMBAI

Mishkat Ahmed-Raja, urbanista

"Caóticas" é a palavra que melhor descreve as cidades indianas, e o caos é gerado pelas tantas atividades que definem a paisagem da rua. Isso se mostra particularmente evidente numa megacidade como Mumbai, a capital comercial da Índia, com o desenvolvimento do crescimento da infraestrutura para atender a população crescente. A rua indiana clássica é intrinsecamente um lugar onde as pessoas se encontram, congregam, fazem negócios e comemoram. A rua hoje é multifacetada – a zona de pedestres (que está diminuindo), as vias para veículos, as pontes, o metrô e o monotrilho elevado. Uma paisagem de rua animada com atividades múltiplas, que mudam ao longo do tempo e da estação, fornece uma experiência humana maravilhosa, essencialmente com os "olhos voltados à cidade", garantindo segurança e proteção para todos os usuários.

A RUA INDIANA TÍPICA

Dado que a Índia é uma república secular, a maior democracia do mundo, ambas, diversidade religiosa e tolerância religiosa, são estabelecidas no país por hábito e por lei. Hindus, muçulmanos, cristãos, zoroastristas, jainas, budistas, sikhs e pessoas de muitas outras crenças vivem em harmonia neste país. Cada religião tem o seu festival distinto em que a comunidade sai para as ruas para comemorar. Alguns eventos transcendem os limites de religião e crença, como casamentos, aniversários, dia da pátria, shows públicos e espetáculos.

Para todos esses eventos, a rua na Índia vira um *showcase* – por exemplo, a procissão famosa do festival Ganesha, com ídolos de todas as formas e tamanhos, o *baraat* ou procissão de casamento da família do noivo, com música

e esplendor quando chegam na casa da noiva, ou mesmo os recentes protestos com velas acesas pelos direitos da mulher. A rua é o elemento universal que conecta pessoas de bairros diferentes (geralmente cada bairro é caracterizado por pessoas da mesma crença étnica ou religiosa) e é verdadeiramente pública por natureza.

Ruas são utilizadas para todos os tipos de negócios. Mercados informais florescem nas ruas públicas. Uma árvore velha, um muro ou um ponto de ônibus com abrigo podem ser usados para pendurar o quadro temporário dessas barracas ao longo da rua. Esses mercados oferecem opções de compra baratas à grande população da classe média-baixa. Ao final do dia, são desmantelados, empacotados e levados embora. Lojas locais no nível térreo de um prédio residencial ou comercial, onde se vendem bens domésticos, roupas, comida e outras bugigangas formam um outro nível de negócios.

A NOVA RUA INDIANA

Hoje em dia, carros, estacionamentos e desenvolvimentos de apenas um tipo de uso estão gradualmente tomando conta da esfera pública, um fenômeno comum em países em desenvolvimento. Até os anos 1990, quando o mercado indiano liberalizou e permitiu a venda no país de produtos de todo lugar do mundo, o carro era um bem "de luxo". Hoje, o carro é uma necessidade de toda família para chegar ao trabalho ou fazer as coisas cotidianas. O aumento de poluição do ar e de barulho, o sistema de transporte público sobrecarregado e o clima tropical quente dificultam os deslocamentos. Mumbai verificou um aumento de 55% da sua população com carro nos anos recentes e, somente em 2013 e 2014, 50.000 carros e 94.000 ciclomotores foram adicionados às ruas.

Uma vez que o número de veículos aumentou enquanto a largura da rua permaneceu a mesma, aborrecimentos no trânsito e congestionamentos são muito comuns. Há várias políticas estaduais e centrais facilitando a construção de novas vias mais largas, estradas, pontes, visando reduzir os congestionamentos e criar uma imagem de um país que está se desenvolvendo rapidamente. O governo está tomando algumas medidas para as laterais das ruas orientando-as para os pedestres através do estímulo a sistemas de transporte público para reduzir a dependência do carro e focar na

saúde humana, criando espaço para o pedestre e o ciclista. Porém, nesse fluxo de desenvolvimento, o contexto cultural e social foi completamente ignorado.

A demanda por terra está resultando na construção de arranha-céus de apartamentos, e o espaço comunitário que antes era usado para festividades religiosas e da família ou do bairro, na forma de pátios internos e maidans do bairro (espaço aberto multiuso), foi extinto. Shoppings são os novos espaços de congregação, alinhados por lojas e atividades, num ambiente com ar-condicionado e com os seus átrios como versão moderna dos maidains. Além disso, o aumento dos condomínios criou "ilhas" dentro da cidade; muros altos isolando as ruas do que acontece internamente. Deslocar-se por veículo pessoal para fazer as tarefas cotidianas é a melhor opção, sendo que a maioria das comunidades está desconectada do transporte público. Muito poucos promovem um modelo viver-trabalhar-lazer, de uso misto, e representam principalmente enclaves residenciais. Apesar de essas comunidades privadas oferecerem um ambiente que favoreça caminhar e jogar dentro dos seus limites, essas mesmas facilidades estão sendo esquecidas na esfera pública. Os órgãos governamentais devem considerar essas questões no nível da cidade, uma vez que elas são parte integrante da criação de uma experiência urbana holística.

UM APELO POR "RUAS IGUAIS"

A iniciativa "Ruas Iguais" começou em novembro de 2014 em Mumbai, ao longo de uma rua comercial em Bandra. Barricadas criam uma rua enorme somente para pedestres, de 6:30 até 11 horas nos domingos, enfatizando a ideia de "ruas compartilhadas". Foi impressionante ver o número imenso de pessoas fazendo os seus passeios matinais, junto com mães com seus bebês, crianças andando de skate e de bicicleta, um grupo de músicos tocando ao fundo. Durante essas poucas horas, pessoas andavam despreocupadamente ao longo da rua, e o ar era um pouco menos poluído. Iniciativas como "Ruas Iguais" são somente um passo na direção de decisões maiores que devem ser tomadas nos níveis estaduais e nacionais, para instaurar políticas que conservarão a ideia e as tradições da rua indiana. Ruas na Índia, intrinsicamente, têm vivacidade e multiplicidade, qualidades tão desejadas para *placemaking*. Pode ser um produto da diversidade cultural, da alta densidade populacional ou dos valores sociais, mas é decisivo para manter aquela essência e para prevenir a destruição do único espaço público que resta.

PEDESTRIANIZAÇÃO DA MAMA NGINA STREET, NAIRÓBI

Elijah Agevi, Cecilia Andersson e Laura Petrella

UM RUMO PARA NAIRÓBI

Nairóbi, a cidade capital do Quênia, com uma população de aproximadamente 3,36 milhões de habitantes, é uma das cidades mais proeminentes da África, politicamente e financeiramente. Abrigando milhares de negócios quenianos e mais de cem empresas e organizações internacionais, as sedes de duas agências globais do ONU e várias regionais, Nairóbi é um uma plataforma estabelecida para negócios e cultura.

Nos anos 1990 e no começo dos anos 2000, Nairóbi lutava contra o aumento de crimes e violência e o distrito comercial central se tornava deserto à noite. Em 2001, foi realizado um levantamento da vitimização no centro, mostrando que nos 12 meses anteriores, 37 % dos cidadãos de Nairóbi tinham sido vítimas de roubo. De todos os habitantes de Nairóbi, no centro urbano, 54% se sentiam inseguros durante o dia e 94% durante a noite. Além disso, 72 % de todos os habitantes evitavam se deslocar e trabalhar após o pôr do sol. O vice-prefeito anterior de Nairóbi, Joe Aketch, estava determinado a “virar o jogo” na cidade e criar um polo econômico funcionando 24 horas por dia, apoiado na Visão 2030.

FANTASTIC
DISCOUNTS TO
START YOUR
HOLIDAY
TRUCOM LTD

MELHORAR A CAMINHABILIDADE COM UM PROJETO PILOTO

Foi realizada uma caminhada para teste da segurança de mulheres no distrito comercial central, após o pôr do sol, com a participação do vice-prefeito, o Ministro do Governo Local, o Chefe de Planejamento Urbano, o Chefe do Departamento de Ambiente Urbano e alguns outros stakeholders chave. A caminhada teste da segurança abriu os olhos dos tomadores de decisão. Os *stakeholders* observaram que muitas ruas estavam completamente às escuras e que o todo o comércio ao longo das ruas mais vibrantes estava fechado; cortinas metálicas bloqueavam toda a iluminação na rua. Os restaurantes e bares estavam fechados e somente abrigavam os guardas de segurança e famílias sem teto.

Como projeto piloto, a Prefeitura decidiu pedestrianizar uma das ruas mais movimentadas, com um cinema, livraria, lojas e bares: Mama Ngina Street. A Câmara Municipal deflagrou a discussão com a comunidade empresarial local que era veementemente contra a pedestrianização (o conceito de estabelecer uma rua exclusivamente para pedestres), com o argumento de que seus clientes precisavam de estacionamentos bem próximos à entrada do estabelecimento.

A discussão intensa entre a Câmara Municipal e a comunidade empresarial resultou num compromisso. Juntos, decidiram que, ao invés da pedestrianização plena ao longo da Mama Ngina Street, a rua fosse convertida numa rua de mão única para os carros e que as calçadas de ambos os lados fossem alargadas. Essas mudanças permitiriam mais fluxos e facilidade de movimento. Adicionalmente, bancos foram colocados a uma distância regular entre si em áreas sombreadas, permitindo às pessoas sentarem e usufruírem da rua. A iluminação urbana foi também qualificada para criar mais segurança e melhor percepção dessa segurança no lugar durante a noite.

Uma outra proposta foi a de também oferecer mais espaço para bares, permitindo que os seus clientes ficassem mais na calçada, com a esperança de estimular mais olhos na rua, fazendo com que os passantes se sentissem mais seguros à noite. Infelizmente, os regulamentos da Prefeitura – dos anos 1950 e 1960, não permitiam isso. Muitos dos antigos regulamentos estão ainda em vigor, e muitos atrapalham efetivamente os usos do espaço público. A Câmara

Municipal iniciou um processo de revisão dos regulamentos antigos, porém ainda não aprovou nenhuma mudança.

UMA RUA PARA ENCONTROS COTIDIANOS

Apesar do retrocesso com os regulamentos, a Mama Ngina Street se tornou um espaço público na cidade, agradável e bem usado. Vários novos bares foram abertos, enriquecendo o programa noturno na rua, cuja vitalidade melhorou drasticamente. As mudanças nos fluxos de tráfego e no espaço das calçadas, somadas à iluminação e o mobiliário urbano, resultaram em uma área vibrante do distrito comercial central. Mais pessoas se encontram, sentam e desfrutam da rua. Hoje é comum ver as pessoas se aglomerarem em uma das esquinas para discutir vários acontecimentos e assuntos atuais, particularmente sócio-políticos.

LIÇÕES DA MAMA NGINA

Mesmo com recursos limitados da Prefeitura, as mudanças físicas na rua criaram uma rua vibrante onde os cidadãos de Nairóbi podem desfrutar do distrito comercial central, tanto de dia quanto à noite. Um próximo passo desse projeto talvez seja fazer com que algumas ruas sejam temporariamente abertas só para pedestres, como uma maneira de promover a iniciativa junto à comunidade empresarial.

A parceria pragmática entre a comunidade empresarial local e a Prefeitura ou a entidade de governo local do distrito foi a chave do sucesso da implementação dessa iniciativa, que se revelou favorável para todas as partes. Para os atores locais, é importante dispor de “munição” (como evidência comprovada por pesquisa) para convencerem a comunidade empresarial dos benefícios (e custos) de ruas para pedestres no distrito comercial local. Regulamentos municipais e outras normas precisam favorecer as ações para criar ruas para pedestres no distrito comercial local, e, como foi o caso de Nairóbi, isso pode incluir a revisão e emendas nos regulamentos, para fazer com que mudanças sejam permitidas. A chave é ter um guerreiro político de alto nível no governo local, puxando a iniciativa e garantindo que os que tomam as decisões sejam convencidos e apoiem.

REVITALIZAÇÃO DOS ESPAÇOS ABERTOS EM KIRTIPUR

Cecilia Andersson

Antiga situação da área Dey Pukhu

Espaços abertos sempre constituíram uma parte integrante do planejamento dos assentamentos tradicionais do Kathmandu Valley no Nepal, e esses foram inseridos sob a forma de pátios públicos e privados, *chowks*, *pati´*s e lagos, nos cernes dessas áreas. Os espaços abertos foram usados não apenas para realizar as atividades cotidianas pessoais, mas também como áreas para comemorações, festivais e eventos sociais durante todo o ano. Os espaços abertos tiveram um papel importante nas práticas tradicionais de planejamento, onde a habitação foi planejada com alta densidade, com objetivos de segurança e preservando a terra agrícola, a base de subsistência nesta sociedade baseada em agricultura. Portanto, espaços abertos sempre foram e ainda são elementos importantes nos assentamentos tradicionais do Kathmandu Valley. Além disso, os espaços abertos foram importantes do ponto de vista de redução de riscos de desastres. Os locais os usam como abrigos durante terremotos.

DESAFIO PARA REVITALIZAÇÃO

Agora esses espaços abertos estão se degradando e lhes falta o gerenciamento adequado. A influência de cultura moderna trouxe mudanças consideráveis no

Nova situação da área Dey Pukhu

padrão de uso do espaço público. Atividades que anteriormente se desenvolviam no espaço público passaram a ser confinadas dentro das residências, e as pessoas se tornaram mais focadas em atividades individualistas ao invés de comunitárias. Os espaços públicos que eram bem cuidados no passado, começaram a lentamente se degradar. A manutenção, no nível municipal, é ineficaz e insuficiente. Os espaços públicos estão em rápida degradação e invadidos por outros usos (por exemplo, estacionamento de carros).

A solução é a revitalização do Kirtipur, através da promoção de um lago, orientado às pessoas, melhoria do espaço público e o estabelecimento de uma estrutura de gerenciamento para manutenção desses espaços públicos. O projeto tem três pilares: melhoria do sistema de gestão tradicional da água; preservação e adequação dos espaços públicos existentes, para melhorar o seu uso pelas comunidades; e capacitação da comunidade e do governo local em relação ao gerenciamento do espaço público.

PROJETO PILOTO NA ÁREA DEY PUKHU

Um dos espaços abertos chave no coração histórico de Kirtipur é o templo Bagh Bhairav e os seus arredores. Essa área foi escolhida para o projeto piloto, para mostrar a gestão do espaço aberto, orientado às pessoas. O lago tradicional (Deupukhusi) e os lugares para descanso (pati) são alguns dos elementos tradicionais na área.

O lago estava malcuidado, embora a sua importância sociocultural. O local onde havia os espaços de descanso (pati) tinha sido invadido por uso privado de estacionamento de carros. Através de esforços conjuntos da prefeitura e da comunidade local, os lugares de descanso foram requalificados, resgatando o seu estilo original, e preparados para uso público durante a renovação do lago. A renovação do lago visou a criação de um espaço mais acolhedor, para encontros sociais e interações.

Desde novembro de 2013 até março de 2014, ONU-Habitat, Mojang e o Centro para Desenvolvimento Urbano Integrado (CIUD), o parceiro local responsável pela execução, colaboraram para preservar e requalificar Dey Pukhu e os seus arredores. Através da participação comunitária e do engajamento dos *stakeholders*, planos para qualificação do espaço público foram preparados. Desde a finalização do projeto de espaço público do Dey Pukhu em Kirtipur, a prefeitura está determinada a dar a partida ao desenvolvimento de um Plano de Revitalização do Espaço Público para todo Kirtipur. Esse plano inclui uma análise de todos os espaços públicos e abertos, estratégias para a sua revitalização, abraçando um processo de desenho participativo e alocando recursos do orçamento municipal.

A experiência de Dey Pukhu também inspirou a mesma equipe a começar um segundo projeto em Kirtipur, junto com a comunidade. O terreno é um grande espaço verde, aberto (parque), que inclui uma escola, um templo e importantes massas d'água.

Nova situação da área Dey Pukhu

UM PROCESSO PARTICIPATIVO

Tanto a fase de desenho do projeto quanto a sua implementação foram realizados de uma forma participativa, envolvendo os diferentes *stakeholders* associados à área. A abordagem focada nas pessoas estava no cerne do projeto e fez com que os idosos, jovens e grupos de mulheres participassem no projeto, na implementação, e na gestão dos espaços abertos. Envolveu também a capacitação da comunidade local e da prefeitura.

A construção foi executada com a ajuda de *stakeholders* diferentes: a equipe de implementação, representantes da prefeitura e da comunidade, e mão de obra local. A coordenação dos diferentes *stakeholders* proporciona um futuro mais sustentável e gerenciável. Treinamentos diferentes foram organizados para geração de consciência do projeto. Esses treinamentos criaram capacidade local em planejamento e gestão liderados pela comunidade, na preservação dos lagos, gestão de espaço público e drenagem urbana sustentável.

As estratégias gerais adotadas para a melhoria do espaço público incluíram:

- Melhoria do ambiente físico (iluminação, lugares para sentar, etc.)
- Renovação dos pátios na vizinhança
- Melhoria das conexões entre o espaço público, as ruas e as praças
- Aplicação de regras e regulamentos em relação a invasões do espaço público
- Adição de atividades de lazer para todos os grupos de idade, para criar mais vitalidade no lugar
- Estabelecimento de um sistema para manutenção das beiras dos lagos, as tubulações, etc.

LIÇÕES

O Projeto Piloto em Dey Pukhu e as lições aprendidas foram importantes para dar rumo à formulação do plano de revitalização. As consultas na comunidade foram uma parte integrada no desenho e na implementação para o local público em Dey Pukhu, porém também na formulação do plano. A revitalização do núcleo tradicional foi importante para melhorar a imagem da cidade, a qualidade de vida e a cidade ao nível dos olhos. Há também um reconhecimento crescente de que investimentos em espaço público trazem benefícios econômicos mensuráveis, estimulando a economia por meio dos visitantes (turismo), aumentando os valores de propriedades e trazendo negócios para o comércio local.

Para melhorar a imagem da cidade como um lugar com qualidade de vida, tradicional e histórico, a criação de uma rede de ruas e espaços de qualidade é essencial para realizar transformação. O plano de revitalização de Kiripur visa o desenvolvimento do coração urbano tradicional com uma abordagem holística, criando mais sustentabilidade econômica e ambiental, acolhendo turistas, promovendo rotas de pedestres e aprimorando o uso do espaço público. Importantes aspectos do programa são o planejamento comunitário e a sustentabilidade, a captação de fundos, a propriedade do programa, e o aspecto da operação e manutenção. Globalmente, o programa está direcionado para criar-se uma cidade vibrante, dinâmica e inclusiva, que estimula o aproveitamento dos seus recursos.

CRIAR ESPAÇO PARA PESSOAS

ESTUDO DE CASO DA VALENCIA STREET

San Francisco, CA, USA

ENTREVISTA COM

Kris Opbroek, *Gerente de Projeto, Programa Ruas Maravilhosas*

"Você tem que aproveitar as oportunidades ou as coisas vão continuar como estão."

FATO 1

1:76.000 pés^2 de calçada adicionada (7.060 m^2)

FATO 2

69 bicicletários adicionados

FATO 3

$ 6,1 milhão - custos de projeto

LINHA DO TEMPO

2005 Prefeito Newsom lança a iniciativa Ruas Para Viver
– Implantação do Programa Ruas Maravilhosas
– Adotada a Política da Rua Completa
– Adotada a Política da Rua Melhor
– Iniciam as discussões com a MTA (Agencia Municipal de Transportes) sobre atenuar o trânsito na Valencia Street e a identificação do corredor de 4 quadras como 1 dos 7 corredores prioritários

2006 DPW (Departamento de Obras Públicas) e MTA formam parceria para a transformação da Valencia Street
– Série de encontros da comunidade resulta na escolha da quadra da 16ª-17ª Rua como o mais importante conector comercial, para pedestres e ciclistas

2007 Candidatura a dois editais com recursos do governo federal, o que levou os limites totais do projeto de 1 para 4 quadras.
– Extensão do projeto para incluir as 15ª-19ª Ruas

2008 Garantia de todas as bolsas e outros fundos
– Início do processo de projeto com múltiplas agências, *stakeholders* chave

2009 Começo da construção
– Projeto foi associado com projetos de pavimentação simultâneos, como recomendado pela política de Ruas Completas

2010 Cidade de São Francisco adota o Plano para Ruas Melhores
– Finalização da construção

2011 (Setembro) Paisagem completa
– (Hoje) manutenção

CONTEXTO

A Valencia Street é um corredor ativo, altamente populoso, no variado bairro Mission, ou "Missão", em São Francisco. Muitas lojas, restaurantes e galerias de arte compõem a rua e são intensamente utilizados pelos habitantes e visitantes. Ciclistas usam a Valencia Street frequentemente e muitas rotas de ônibus atravessam o corredor. O terminal de ônibus que serve a região inteira da Bay Area fica a uma quadra do local do projeto.

PROBLEMA

O corredor das 4 quadras da Valencia Street tem uma história de conflitos entre ciclistas, carros e pedestres. É a maior via de ciclistas, uma área comercial popular, um nó local e regional para conexões de trânsito. O tráfego era demasiadamente rápido nas ruas; ônibus obstruíam os carros e ciclistas. As calçadas eram superlotadas com bicicletas estacionadas e pessoas. O nível térreo da rua era tão congestionado que os comerciantes tinham pouca possibilidade de postular espaço na rua para lugares onde sentar.

SOLUÇÃO

No final das contas, os ciclistas e pedestres precisavam de mais espaço e os carros precisavam andar mais devagar. O Programa Ruas Maravilhosas reuniu uma equipe interagências com especialistas em seus próprios programas, o Departamento de Estacionamento e Tráfego da MTA e o Departamento de Planejamento Urbano. Coletivamente, os seus objetivos priorizaram segurança para todos os usuários, aumento do espaço para calçada, melhoria das ciclovias e manutenção da diversidade do bairro.

SEGREDO

Obter equilíbrio. A equipe interagências trabalhou muito bem em conjunto. Havia as pessoas certas em volta da mesa, com as capacidades equilibradas. A equipe percebeu a visão e foi otimista quanto aos resultados. Dentro do próprio projeto,

equilibrar os objetivos da comunidade com mérito técnico assegurava o seu sucesso. A comunidade - incluindo habitantes e comerciantes – queria que o bairro mantivesse o seu caráter e singularidade, enquanto também apoiava todos os modos de tráfego, especialmente de pedestres. Quando a comunidade mostrou as suas preocupações sobre os modelos de desenho para o corredor, a equipe teve dados técnicos para sustentar a sua lógica para os desenhos, mas foi também flexível com o *input* da comunidade.

LIÇÕES

Ser flexível. Todas as partes envolvidas permitiram muita discussão e cooperação, de um ponto de vista departamental e individual, e todos concordaram sobre o desenho, fluxo de tráfego e seções

transversais do corredor. Quando lidavam com a comunidade, sempre que podiam inventar um plano de apoio ou alternativa em caso de um desenho resultante ter sido insatisfatório, eles o fizeram. Isso mantinha a sua credibilidade com a comunidade e criava um ambiente de união.

Ser eficiente. A equipe assegurou cumprir todos os objetivos de todas as políticas locais em curso: iniciativa "Ruas Para Viver", Política "Ruas Completas" e Plano "Ruas Melhores". Durante a fase de construção e renovação, o projeto Valencia pegou carona com um outro projeto de pavimentação, realizado ao mesmo tempo, economizando recursos de ambos.

Não ter medo de testar os limites. Com apoio sólido de dados de trânsito concretos, os não engenheiros puderam convencer os engenheiros sobre elementos de desenho novos e ousados que contribuíram para a esfera pública do nível térreo.

IMPACTO

Não apenas a rua é muito mais equilibrada – ao invés dos anteriores 70-30 de espaço para carros versus espaço para pedestres e ciclistas, hoje são 50-50 – mas a rua apresenta também uma maior escala de pedestres. Com iluminação incrementada, mobiliário urbano, novas árvores e detalhes artísticos intimistas no pavimento, é um prazer caminhar pelo espaço físico e experienciá-lo. Como pedestre, enxerga-se tudo muito melhor no nível térreo: os ciclistas, as pessoas e especialmente as fachadas das lojas. Visto que a calçada é muito menos desorganizada, os comerciantes ganharam mais espaço, aumentando as suas propriedades imobiliárias; permissão para lugares onde sentar na rua aumentou dramaticamente e 'parklets' – parques pequenos ou mesas e cadeiras ocupando dois lugares de estacionamento – estão ganhando popularidade também.

Como trabalho de uma equipe multidisciplinar, o projeto teve impacto na maneira com a qual os participantes pensaram sobre colaboração interagências. Todos aprenderam muito durante o processo e todos saíram ganhando. A experiência foi positiva e o sucesso dos participantes se traduzirá em colaborações futuras.

FAZER

- procurar novos parceiros
- juntar seu projeto com projetos concorrentes
- criar planos de apoio como alternativa

CONCLUSÃO

É claro que havia desafios desde o início do projeto. O corredor é extremamente movimentado e o bairro é variado, com pessoas, usos de terra e necessidades de transporte. A comunidade foi muito ativa nos processos de desenho e nas audiências. Apesar dos tantos desafios durante o projeto – comerciantes descontentes durante a construção, problemas técnicos no subsolo da rua e desafios de manutenção em curso – o resultado final foi um nítido sucesso. Essas quatro quadras da Valencia Street foram completamente transformadas numa área favorável para pedestres e ciclistas. Agora é o lugar onde as pessoas são acolhidas para permanecer um pouco e experienciar a vida comunitária.

Equilíbrio foi uma parte integral dessa transformação do nível térreo. A equipe equilibrou as necessidades da comunidade com a sua própria *expertise* e experiência com planejamento e gestão de fluxo de tráfego. Eles também abordaram o processo de desenho com dados concretos para apoiar o seu raciocínio, porém foram flexíveis com os *inputs* da comunidade. A colaboração interagências foi um sucesso, e estabeleceu um novo padrão para esforços coletivos no governo local e regional.

ABRAÇAR A FLEXIBILIDADE

ESTUDO DE CASO SLUSEHOLMEN NORD

Copenhague, Dinamarca

ENTREVISTA COM

Lars Korn, *arquiteto/gerente de projetos, Center for Bydesign, prefeitura de Copenhague*

“Regras são importantes... porém precisa-se de excessões!”

FATO 1

1.300 moradias novas

FATO 2

15% habitação subsidiada

FATO 3

25 empresas de arquitetura diferentes

LINHA DO TEMPO

1999 A conversa sobre um bairro de uso misto no porto industrial começou

1999 Cooperação entre a prefeitura (CPH) e o porto
– Contratação de um escritório de arquitetura, Sjoerd Soeters, para completar o *masterplan* para a área inteira, inclusive 9.000 novas moradias e 20.000 novas vagas de emprego de escritório
– 3 incorporadores foram escolhidos para finalizar o bairro

2002 Finalização do plano para Sluseholmen Norte

2003 O Regulamento do Projeto estabeleceu o requisito de janelas e transparência no nível térreo
– Manual de Projeto finalizado e aprovado
– Inicio da construção

2009 Projeto concluído
– 1.300 moradias (½ aluguel privado, ½ propriedade privada; 15% subsidiado)
– adição de lojas e creches

CONTEXTO

Copenhague é uma cidade escandinava densa e em crescimento, com uma demanda por habitação bem desenhada, ecológica, nas proximidades do centro urbano. A área industrial Sluseholmen, no porto ao sul de Copenhague estava em declínio e sem uso comercial havia décadas, quando a prefeitura e a empresa portuária começaram um diálogo sobre renovação em 1999. As organizações parceiras tiveram a visão de criar um bairro novo, com qualidade de vida e uso misto nesse privilegiado imóvel de orla.

PROBLEMA

Vários desafios surgiram desde o início. O uso industrial do terreno era tóxico e precisava de maior mitigação ambiental antes de as pessoas poderem viver lá seguramente. Sistemas d'água foram um outro grande desafio a resolver. Uma outra questão era como construir um bairro completamente novo com arquitetura e desenho urbano que mantivessem diversidade, exibissem *design* dinamarquês progressista, e preservassem a cultura dos dinamarqueses de andar a pé ou de bicicleta.

SOLUÇÃO

Inspirado pelo desenvolvimento de IJburg, em Amsterdã, a equipe da renovação criou um bairro com uso misto baseado num sistema de canais que forma oito pequenas ilhas. Cada quadra e casa é diferente um do outro, porém todos juntos formam um conjunto coeso – e é óbvio que cada quadra tem o seu próprio pátio, no verdadeiro estilo dinamarquês. Por volta de 25 escritórios de arquitetura dinamarqueses contribuíram para a variedade nas fachadas.

O nível térreo do bairro já é vital, e é equipado para flexibilidade futura. Com a ajuda de um Manual de Desenho e um regulamento de desenho urbano, foi exigido que os *plinths* tivessem janelas para transparência, e todos os *plinths* nas esquinas fossem dotados de altos pés-direitos e estivessem em zona de uso misto – desse modo, cada esquina é ou pode virar um pequeno café ou um restaurante, ou continuar como moradia ou espaço de escritório. No final, a equipe criou um desenho urbano que mostra um ambiente denso, entretanto urbano, e promove coesão social, embora respeite a privacidade e os valores familiares

SEGREDOS

Exceções à regra. No caso das fachadas e da diversidade arquitetônica, regras são importantes, porém precisa-se de exceções. Para criar um andar térreo efetivo e um desenho urbano que produza atividades, as exceções às regras são muito importantes. Foi necessário interpretar o Manual de Desenho com um "grau de sal" para equilibrar as demandas do nível térreo e atingir os resultados desejados.

Planejar para mudanças futuras. O Regulamento de Desenho foi um sucesso e

a equipe de especialistas estava orgulhosa de sua realização. O regulamento ajudou a estabelecer flexibilidade e usos no andar térreo. Os espaços nas esquinas são completamente equipados para serem legítimos cafés e restaurantes, permitindo que seja fácil abrir um negócio nesses espaços e promovendo uma vida urbana ativa no futuro. No momento, as lojas e os restaurantes são localizados ao longo da rua principal, convenientemente chamada "Sluseholmen".

LIÇÕES

Colaboração e comprometimento. Desde o início, a equipe de profissionais – inclusive a Prefeitura, a Corporação do Porto, incorporadores e escritórios de arquitetura – tiveram todos uma relação razoavelmente boa, embora com diferentes ideias e opiniões sobre as prioridades e os objetivos do Sluseholmen que criaram tensão no grupo. Foi preciso um esforço concertado de todos os atores para que fossem, desde o começo, muito claros sobre os objetivos. Nas primeiras discussões, a equipe se reuniu para escrever uma declaração para as prefeituras, estabelecendo os seus objetivos e objeções. Esse processo facilitou chegar a uma língua comum e a consensos. Os processos do *Masterplan* e do Manual de Desenho contribuíram para a harmonia da equipe. No final, como Lars Korn descreveu, "houve muitos 'obrigados' e bons sentimentos."

Preservar tradições em novos empreendimentos. O pátio dinamarquês é um aspecto típico em qualquer prédio urbano residencial. Pode ser fácil desviar ou querer mudar tradições por uma questão de projeto ou aventura, porém essa equipe soube desde o início que o pátio iria ficar. Nesse empreendimento, todo pátio é um local de encontro especial para os moradores e famílias em volta.

IMPACTO

No momento, todas as residências em Sluseholmen estão completamente ocupadas. Em razão do sistema único de canais e ilhas, cada casa tem uma vista, ou de um canal, ou do porto. Todos os aspectos do andar térreo do bairro se encaixam perfeitamente. As pontes e cursos d'água criam um ambiente vivo e um bairro distinto de Copenhague. As esquinas das ruas principais foram preparadas para atividades comerciais ou atividades que se acomodam em espaços flexíveis com entradas acessíveis, altos pés-direitos, e a possibilidade de habitação em cima. O Manual de Desenho inspirou os incorporadores e arquitetos e, no final, as fachadas funcionam muito bem juntas e contribuem para o senso de variedade.

FAZER

- Desenvolver regras flexíveis
- Prevenir tensão no grupo através da definição de objetivos
- Usar tradições históricas ao seu favor

CONCLUSÃO

A sustentação da parceria e coordenação fez com que esse projeto de uma década fosse um sucesso no final. Através da construção de consensos, de escrever uma declaração formal de metas e objetivos do projeto e da criação de novos instrumentos, a equipe multi-agência resolveu cada desafio como surgiu. O terreno foi mitigado apropriadamente dos danos ambientais. O sistema de canais foi construído robustamente e desenhado como o espaço principal de encontros da comunidade e espaço interativo. O Manual de desenho teve um resultado favorável, embora a necessidade de uma flexibilidade na sua interpretação, especialmente para promover um nível térreo ativo e para garantir uma identidade arquitetônica variada.

Desde o início, o objetivo da equipe era o desejo de um projeto de alta qualidade e proporcionar alta qualidade de vida para os futuros moradores. O principal componente disso foi um bom e bem-sucedido andar térreo – interação ao longo do canal através de cafés e bancos. Isso significou, também, impor um Regulamento, exigir janelas e transparência dos plinths da rua principal e lotes flexíveis e de uso misto nas esquinas. Estratégias múltiplas asseguraram um projeto bem-sucedido, para hoje e para o futuro.

APROPRIAR-

SE

ZONAS HÍBRIDAS TORNAM AS RUAS PESSOAIS

Sander van der Ham e Eric van Ulden, psicólogo ambiental e urbanista

NOVAS PERSPECTIVAS PARA A ZONA HÍBRIDA

A zona híbrida é provavelmente um dos espaços mais visíveis e conhecidos na cidade, porém um dos mais esquecidos e subavaliados também. Um banco ou vasos, plantas e outros objetos pessoais, colocados no que parece ser a calçada, criam uma zona de transição sutil, a zona híbrida. Na maior parte do tempo, você somente notará uma transição súbita do espaço público para o privado – não mantido, não apropriado e não personalizado. Entretanto, a zona híbrida[1] tem um papel importante no estabelecimento de contato e interação entre os moradores da cidade e na criação de um ambiente de rua simpático, acolhedor e atraente.

O *stoep holandês* na pintura "Prefeito de Delft" por Jan Steen (1655)

A zona híbrida tem origem em um conceito holandês do século 15, o *stoep holandês* (calçada), como resposta dos moradores aos negócios e trânsito crescentes nas suas cidades. Os comerciantes faziam uma plataforma de uma largura de aproximadamente 1,25 metros, elevada em relação ao nível da rua, acessível por escadas com

espaço embaixo para armazenamento da mercadoria, para exibir os seus produtos. Nas áreas residenciais, o *stoep holandês* era uma calçada ornamental privada, para criar distância do trânsito que passava, mas proporcionando um espaço privado para contato social e também para observar a vida pública. Criava um espaço muito distinto entre o público e privado.

ENTENDER A ZONA HÍBRIDA COMO UM LUGAR

A nossa equipe multidisciplinar de pesquisa[2] se propôs a entender porque as zonas híbridas não são consistentemente bem usadas e mantidas. Fizemos uma pesquisa extensiva sobre como os aspectos físicos da zona híbrida impactam o comportamento social. Analisamos todas as 6231 ruas de Roterdã, Holanda, usando o Google Street View. Observações e medições nos mostraram uma zona híbrida bem usada e mantida, (medido pela quantidade de objetos pessoais no espaço) nos casos de uma zona híbrida de 1 a 2 metros de largura. Bairros com mais prédios de apartamentos, habitação para arrendamento, valores mais baixos das moradias e densidades mais altas tiveram menos zonas híbridas bem usadas.

Além dos aspectos físicos das zonas híbridas, é possível verificar aspectos sociais também. Apropriar-se da zona híbrida ou reivindicá-la traz um certo charme à rua. Ela se torna personalizada e, na

verdade, parece que ela *pertence* a alguém. Esse "pertencimento" tem impacto no ambiente social imediato através da possibilidade de identificação social. A zona híbrida, quando apropriada, permite que as pessoas se avaliem, se relacionem e se identifiquem umas com as outras. Passantes e vizinhos podem especular sobre esse espaço apropriado: essa pessoa tem os mesmos interesses ou atividades (tem um banco ou um brinquedo); eles gostam da mesma música (baseado no som vindo da casa); eles gostam do mesmo tipo de comida (avaliado pelos cheiros)?

Objetos, comportamento, sons e cheiros podem ser todos uma razão para começar uma conversa, de tal modo que as pessoas podem se "conhecer" através da zona híbrida. A identificação social funciona bem para pessoas que moram perto umas das outras, como vizinhos em uma rua ou pessoas morando no mesmo prédio habitacional. Um espaço personalizado pode justamente dar suficiente informação para entrar em contato com um vizinho, que pode prevenir problemas causados pelo fato de que os vizinhos não se conheçam. De fato, 80% dos contatos informais entre residentes de um bairro ocorrem nas zonas híbridas[3]. Como esperado, a nossa pesquisa mostrou que as pessoas que se apropriaram das suas zonas híbridas têm mais contato com os seus vizinhos quando eles estão nessas zonas. A zona híbrida contribui para a familiaridade pública. Mais inesperados, todavia, foram os resultados que mostraram que essas pessoas

combinam mais entre si para se encontrar como vizinhos. O projeto físico da rua determina o número e a facilidade dos contatos sociais. Em ruas largas com vista ampla, geralmente há menos contato social entre os moradores do bairro.

SENTIR-SE EM CASA NA ZONA HÍBRIDA

Apropriar-se da zona híbrida e personalizá-la é prático e emocionalmente importante. É prático porque as pessoas podem sentar na frente das suas casas, ler o jornal, tomar um café e ao mesmo tempo olhar as suas crianças brincando. É uma parte importante da vida urbana, pleiteada por defensores como Jane Jacobs. Porém, a possibilidade de se sentar fora em um espaço pessoal tem um valor também emocional. Na nossa pesquisa, as pessoas mencionaram que quando elas sentavam fora, os seus sentimentos de pertencimento se expandiam, e faziam com que elas se sentissem seguras na rua. O fato de as pessoas se sentirem "em casa" nas suas zonas híbridas resulta em sentimentos de responsabilidade para com o espaço e os seus entornos[4].

A apropriação da zona híbrida também cria privacidade, especialmente quando a calçada está adjacente à fachada de um prédio. Moradores geralmente reclamam que as pessoas passam demasiadamente próximo das suas casas e tentam olhar pelas suas

janelas. A sua resposta é fechar as cortinas, às vezes o dia e a noite inteiros. Através da apropriação da zona híbrida, eles podem criar um amortecedor entre público e privado. Além do mais, oferece às pessoas que passam algo agradável para olhar.

APROPRIE-SE DA SUA ZONA HÍBRIDA!

Os resultados mais extraordinários da nossa pesquisa demonstraram que a maioria dos moradores não se apropriam das suas zonas híbridas, simplesmente porque não conhecem as regras e as possibilidades da zona híbrida. Há muito que pode ser feito para apoiar e promover o melhor uso da zona híbrida. Por exemplo, prefeituras e grupos comunitários locais podem informar os moradores sobre como eles podem adotar e cuidar das suas calçadas. Não através do isolamento total da vida pública, mas através da extensão da casa, de experimentar um espaço mais personalizado, e melhorar o contato social.

O governo local e os incorporadores têm um papel importante também. Eles devem garantir que há um lugar do qual as pessoas possam naturalmente se apropriar. Por exemplo, em situações existentes, onde é permitido às pessoas retirar 1,5 pedra da calçada para fazerem os seus pequenos jardins. Roterdã, por exemplo, realizou uma campanha bem-sucedida. Em novas situações, incorporadores deveriam reservar espaço onde uma zona híbrida poderia ser criada. Embora a zona híbrida tenha sido descrita principalmente no contexto de áreas residenciais, as conclusões em relação à propriedade e ao embelezamento da calçada se aplicam também aos donos de lojas em áreas comercias.

REFERÊNCIAS

1. Machiel van Dorst, professor na Universidade de Delft, o primeiro a mencionar o termo “zona híbrida”
2. Arquiteto Daniel Heussen, planejador urbano Eric van Ulden, socióloga Gwen van Eijk, historiador de arquitetura Wijnand Galema e psicólogo urbano Sander van der Ham
3. Skjaeveland, O. & Gärling, T. (1997). Effects of Interactional Space on Neighbouring. Journal of Environmental Psychology, 17, pp. 181-198)
4. Brown B. B. (1979). Territoriality and residential burglary. Artigo apresentado no encontro da Associação Psicológica Americana (American Psychological Association), New York, NY.

VIRAR PRÉDIOS DE DENTRO PARA FORA, DE FORA PARA DENTRO

uma entrevista com John Worthington, urbanista e arquiteto

O que são espaços semipúblicos?
Eu penso sobre a 'esfera pública' como sendo algo aberto 24 horas por dia; espaço que é apropriado, governado e gerenciado pela comunidade. Espaço 'semipúblico', por outro lado, é geralmente localizado no andar térreo e disponível para o público a critério do proprietário; o espaço é dele e gerenciado por ele. Você pode pensar numa loja de departamentos – um espaço semipúblico original. Você entra apenas quando tem interesse em entrar, mas você não é exatamente obrigado a comprar algo. Espaços semipúblicos efetivos são permeáveis, com múltiplas entradas e rotas através das quais os usuários "navegam", como se fossem trilhas desses prédios que geralmente são muito grandes.

De onde vem esse movimento?
Quando você desenhar as pegadas dos prédios de hoje, eles se tornaram cada vez maiores, limitando a permeabilidade para pedestres e a conexão entre o prédio e a vida da rua. Vamos começar com o modelo Europeu de cidade: prédios de 8 andares, muitas vezes com pé direito generoso no andar térreo e pés direitos mais baixos acima. Nesses prédios de 8 andares – eu os chamo de "aranha-chão"- há um senso de conexão entre o topo e o chão abaixo: desse topo você pode reconhecer os traços do rosto de alguém, escutar o barulho, e ver os seus vizinhos do

King's Place, Londres

outro lado da rua. Depois, começamos a construir o Sonho Americano: um prédio ou laje com andar térreo ou *plinth* sólido que vai até a beira da rua. Na maioria das vezes, o elemento alto do prédio é recuado, retendo o senso da cidade, da rua e da atividade. Depois surgiu a torre sem recuo e com uma *plaza* enorme ou pátio frontal para estacionamento que separa explicitamente a rua do prédio. Com os prédios ficando cada vez maiores, cada vez mais espaço do andar térreo foi tomado por serviço e segurança relacionados ao próprio prédio ou às empresas dentro dele. E, junto com isso, surgiram grande paredes brancas. Hoje em dia, estamos tentando voltar à conexão direta entres os prédios e a vida na rua.

Quais são os benefícios de espaços semipúblicos para o *plinth*?

Para mim, a palavra *plinth* sugere que há algo dentro e acima dele. Se cidades tratam de atividade e diversidade, não são grandes paredes brancas que oferecerão diversidade e atividade. Podemos ter um *plinth* sem diversidade e atividade? Espaço semipúblico permeável e transparente mistura as margens e cria bordas ao invés de fronteiras. Espaço semipúblico oferece motivos para entrar no *plinth,* interagir com ele, e dar-lhe atividade e diversidade. Não há

Dixon Jones , Londres

uma distinção clara entre a cidade pública e privada – o que é bom! A cidade mistura definições do dentro ou do fora e atividades ultrapassam limites de propriedade.

Porque prédios devem incorporar espaços semipúblicos?
Trabalhar não se restringe mais a das 9h às 17h e há trabalho acontecendo tanto fora do prédio quanto dentro. O mundo do trabalho está mudando e estamos começando a ver a queda de barreiras. Hoje vemos empresas abrindo mão dos seus andares térreos orientados para serviços pródigos e incorporando cafés, espaço para exibições e mercadoria especializada, para os usuários do prédio ou de fora.

Como os negócios se aproveitam de espaços semipúblicos?
Eu arriscaria afirmar que mais ou menos um quarto ou terço do espaço que negócios ocupam hoje em dia é o que chamo de “espaço de demonstração” - uma outra forma de espaço semipúblico. Como nos movemos de uma sociedade de produtos tangíveis para uma de produtos intangíveis, ou uma sociedade baseada no conhecimento, precisamos de lugares onde podemos mostrar um produto, que é cada vez mais complexo, e como usá-lo. Não é mais uma janela com um cartaz – é um espaço para valorizar o produto baseado em conhecimento. É um centro com a tecnologia necessária e o espaço para pessoas comunicarem

e mostrarem as suas ideias. O espaço de demonstração mostra produtos e também abre os *plinths*. Empresas reconhecem a oportunidade de maior transparência e acesso a espaços semipúblicos para apresentar as suas marcas e para demonstrar os seus produtos e cultura.

Qual é o maior desafio para espaços semipúblicos?
Segurança muitas vezes é considerada a questão principal. Uma forte tradição nos distritos centrais de negócios, *central business districts,* (CBD), é a presença de grandes instituições, como bancos, que devem parecer impenetráveis, seguros e protegidos. O modelo que pode se imaginar é o grande palácio comercial italiano, que trata muito de poder de mostra e de substancialidade. Essas instituições demonstraram segurança através do desenho – colunas massivas, grandes entradas, *plinths* sem janelas. Com o espaço semipúblico, a segurança não é uma questão, porque ela se torna auto-regulada. Ao invés de mostrar segurança com um foyer generoso, armado com guardas, porteiros e câmeras, essas entradas estrategicamente criam segurança através de zoneamento do espaço e vigilância discreta.

Porque não há mais prédios abrindo os seus andares térreos para o espaço semipúblico?
Criamos suficiente expectativa de que isso seria uma coisa boa de se fazer? A pessoa comum se preocupa com isso? As respostas a essas perguntas são *provavelmente não*. Sabemos que temos que usar o espaço mais efetivamente; sabemos que temos que intensificar o nosso uso do espaço urbano. A conversa começou, há exemplares suficientes para ser abraçados – a mudança está em andamento!

A HISTÓRIA INTERMINÁVEL DA GESTÃO DE RUAS

uma conversa com Nel de Jager, gestora de ruas

No centro histórico de Amsterdã, a Haarlemmerstraat e Haarlemmerdijk são conhecidas como “a melhor rua comercial da Holanda”, segundo eleição nacional em 2012. As lojas diversas e originais e o *plinth* agradável com vitrinas definem a sua atratividade. A rua tem também uma escala humana, pelo parcelamento de edificações em pequena escala e pelo perfil da rua. E a maioria dos prédios é original, com plinths, detalhes composição autênticos.

Moradores, turistas e visitantes por um dia e os moradores locais do restante da cidade frequentam a rua. Ela não é superlotada com turistas, como é o caso de outros lugares em Amsterdã. Há vários hotéis e B&B’s, porém eles são de uma escala pequena, bem como os bares e restaurantes que atraem um tipo especifico de turistas e visitantes. Essa mistura de visitantes procura as lojas especializadas, mas também os cinemas e os restaurantes. O sucesso e a atratividade estão na mistura da oferta, aparência e qualidade da rua. Isso não aconteceu ao natural, o que retrata a história da transformação da rua. Nel de Jager esteve envolvida com as mudanças da rua e conta sobre a abordagem.

A NECESSIDADE DE MUDAR

A Haarlemmerstraat e –dijk foram construídas no inicio do século 17 como parte do Distrito dos Canais e do Jordaan. A rua era tradicionalmente uma rua comercial, porém decaiu a um baixo nível da sua existência nos anos 1980. Quando Nel de Jager ia para seu trabalho no distrito Haarlemmerbuurt, em 1987, a rua era completamente diferente de hoje.

“Comecei lá durante a renovação urbana como voluntária do grupo de trabalho Gestão-de-loja, porque sentia que o bairro tinha um bom astral e potencial. Mas esses eram os anos fracos da área: havia casas e lojas fechadas, coffee shops, drogados, etc. Havia também muitos prédios ocupados, todos eles contendo um bar ou uma loja. Por isso, a área tinha um ambiente muito único".

Foi a época em que o êxodo da cidade era alto. Muitas pessoas saíram do centro para novas áreas residenciais fora da cidade, muitos bairros urbanos tiveram edificações esvaziadas naquele tempo. Durante esse período, a via férrea passando pelo distrito Haarlemmerbuurt foi ampliada, e por essa razão, muitas casas na área foram demolidas. É por isso que não havia mais poder de compra no bairro, o que provocou efeitos nas lojas.

“Fui para trabalho com os empresários, porque eles também viram a degradação e tiveram medo de que a sua propriedade fosse logo desvalorizar muito. Para esses varejistas, o valor da loja era a sua pensão de velhice. Começamos a trabalhar para continuar atraindo clientes, o que nos permitia manter as funções comerciais. Porém, naquele momento havia pouca convicção em preservar a função comercial – principalmente nos departamentos municipais. Segundo a pesquisa econômica naquela época, as lojas não tinham direito de existência, à exceção talvez de um supermercado.”

Alguns dos prédios já foram comprados pela prefeitura – que tinha planos indefinidos para renovação ou demolição: “Em razão de os prédios fechados com tapumes causarem uma sensação de desconforto, trabalhamos com a gestão temporária dessas propriedades: negócios e vitrinas temporárias. E os artistas locais pintaram os piores prédios nas ruas, para que as aparências se tornassem mais atrativas.”

UNLIMITED DELICIOUS

“Para o espaço de varejo existente, mas também para novos estabelecimentos nos andares térreos dos prédios, procuramos novos empreendedores: no Instituto de Negócios de Pequeno e Médio Porte em Amsterdã, eu estive envolvida no movimento de empreendedores nas áreas de renovação urbana na cidade. Cruzava com empresas e lojas interessantes, e chegava até elas com a pergunta sobre se elas se mudariam para o distrito Haarlemmerbuurt. Convencendo-as do futuro do bairro e da rua, mas também através de financiamento e alugueis baratos, atraímos essas lojas para a nossa rua.”

A VIRADA: A REDESCOBERTA DE QUALIDADE URBANA

“Quando a renovação urbana estava em progresso há alguns anos, e novas residências grandes foram construídas na área, notava-se que cada vez mais pessoas queriam ficar na cidade e não queriam ir embora. As pessoas tiveram a oportunidade de ter uma moradia maior na cidade. O resultado disso foi o retorno do poder de compra e, com isso, o dos varejistas, que por sua vez atraíram novas pessoas para a rua.”

“Além disso, muitos prédios históricos foram preservados, parcialmente pelos ocupantes, que mostraram que moradias e serviços poderiam ser mantidos sem maior demolição. Mas também devido à perda da fé na sobrevivência das lojas: muitos prédios existentes não tinham mudado; como resultado, detalhes e parcelamento originais foram preservados. A Haarlemmerstraat tem uma variação grande no *plinth* (alto, baixo, largo, estreito), o que dá à rua uma sensação agradável. Quando lojas são demasiadamente grandes, por exemplo no caso de supermercados e grandes cadeias varejistas, o resultado são janelas fechadas. Lojas pequenas oferecem uma vitrina ativa, mas a apreciação dessa qualidade só veio com o tempo. No final, pode se concluir que foi justamente a falta de fé na rua como rua comercial, que permitiu o espaço e o tempo para essa abordagem e, com isso, o sucesso da rua hoje em dia.”

ESPAÇO PÚBLICO

“Devido aos novos desenvolvimentos no Westerpark (Parque Oeste), e no Westergasfabriek (Fábrica de Gás do Oeste), a Haarlemmerstraat e –dijk agora faz parte de uma rede de rotas da cidade: pessoas passam andando e pedalando da e para a estação. A rua foi renovada na segunda metade dos anos 1990, com pavimento novo. Inicialmente, todas as vagas de estacionamento iam desaparecer da rua, porém conseguimos evitar isso, porque é importante ter algumas facilidades de estacionamento ao longo da rua. Espaço público não se trata tanto de carros *versus* os outros usuários, mas da acessibilidade geral da rua: para entregas, para moradores e para aqueles visitantes que querem vir de carro. O carro é o hóspede na rua, e o problema maior são os ciclistas e ciclomotores que dificultam atravessar a rua. Precisamos encontrar um bom equilíbrio entre todos esses tipos de transporte. O espaço público é importante também como espaço residencial, de dia e à noite. À noite, as ruas se mantém atrativas, não há escotilhas fechadas, pessoas vivem lá, há restaurantes – então a rua é viva e agradável.”

IMAGIO

grapedistrict

A RUA E A ABORDAGEM HOJE

“O meu papel como gestora de rua comercial tornou-se muito mais difícil com o tempo, porque a rua virou popular e as propriedades agora rendem dinheiro para os donos. Os espaços comerciais enriquecem e isso faz os preços subirem. Ao mesmo tempo, é preciso continuar com o posicionamento e a imagem da rua, e com a busca por negócios únicos e industrias especiais. Nunca focamos num segmento especifico, como alimentação ou vestuário, mas queríamos pelo menos manter a função comercial no bairro.”

“A visão principal para a rua é artesanato e diversidade. O que você tem e o que não, e quais empreendedores quer para gerar uma variedade maior de lojas para os clientes. Mudanças no varejo sempre aconteceram ao longo do tempo, não temos mais um ferreiro – porém a arte é seguir as dinâmicas e preservar a aparência da rua. Não existe uma fórmula de como fazer isso, mas a minha experiência como socióloga urbana me ensina olhar para a escala pequena e as dinâmicas, e respondê-las, de modo parcialmente intuitivo, pode-se dizer.”

LIÇÕES PARA UMA RUA AUTÊNTICA

Toda rua no centro histórico tem a sua própria identidade, é preciso encontrar o DNA e trabalhar em cima disso. Cada rua deve ter o seu caráter distinto, muitas vezes escuto pessoas dizer que querem uma rua como a Haarlemmerstraat, mas não se pode copiar isso, deve-se procurar estar conectado com o DNA da sua própria rua e cidade. Uma rua ou loja não é um museu, mantém-se dinâmica e você tem que responder a isso. E corresponder primeiramente às necessidades do bairro. Se não conseguir atrair visitantes do seu próprio bairro, não vai funcionar. Precisa-se juntar o poder de compra dos entornos da área. E a diversidade do bairro é importante também.”

“Autenticidade, parcelamento e prédios históricos são um dado, porém, é preciso trabalhar para o processo dar certo. Organizar uma rua boa é um processo que pede tempo e esforço – especialmente para conectar pessoas e empreendedores. Não pense numa imagem final ou planta, mas em passos do processo e nas dinâmicas das lojas. Precisa-se enxergar o movimento de baixo para cima e facilitá-lo, ao invés da abordagem de cima para baixo, como muitas vezes é a pratica da prefeitura. Nunca encaro uma rua como um projeto com um começo e um fim, mas sempre como um organismo que cresce com o tempo e que precisa a sua atenção constante.”

A IMPORTÂNCIA DE "HERÓIS LOCAIS" NA MELHORIA DO PLINTH

uma conversa com Hans Appelboom, empreendedor

PROPRIEDADE E VISÃO DE LONGO PRAZO

Duikelman é uma conhecida empresa de base familiar, um bazar de equipamentos e utensílios para cozinha, no Pijp, antigamente um bairro de classe trabalhadora próximo do centro de Amsterdã, que gentrificou muito desde o final dos anos 1970, começo dos anos 1980. Ao contrário de muitas outras lojas especializadas (com um número grande e espalhado de clientes) que se mudaram para as periferias da cidade, para que fossem totalmente acessíveis por carro, decidimos não nos mudar. Em vez disso, nos associamos e cooperamos com colegas de Roterdã e Haia. Ao mesmo tempo, nos comprometemos com o bairro, onde estão os nossos primeiros clientes: eventos, jantares na rua, etc. Acreditamos na regeneração do bairro e nas forças de propriedade e controle sobre os imóveis. Não depender de incorporadores e proprietários é uma precondição para desenvolver um modelo de negócios e estratégia de investimentos de longo prazo. Fazendo isso, vimos um efeito positivo no *plinth* do restante da rua.

ÁREAS URBANAS MISTURADAS

Acreditamos fortemente em áreas urbanas diversas e misturadas, com uma concentração de lojas especializadas como se encontra nos bairros antigos de Paris. Áreas que não dependem de acessibilidade máxima de carros, porém que são tão apreciadas por pessoas a pé ou de bicicleta, que gostam do rumor do estilo de vida urbano, e por visitantes que apreciam isso como uma experiência especial.

DUIKELMAN
DUIKELMAN
P
Taxi
3x

lid van de vereniging
AMBACHTELIJKE BEDRIJVEN IN DE PIJP
AMSTERDAMSE
www.ambachten-depijp.nl

Hoje em dia, o Pijp está no meio de um projeto infraestrutural longo e maior para a nova linha de metrô. Sem ser grande fã desse tipo de melhoria urbana, vemos agora as vantagens e chances para o futuro próximo: uma maior área de captação, mais turistas e uma conexão com *hotspots* adjacentes, como o 'Bairro dos Museus'. O turismo é um mercado crescente nas cidades, bem como no Pijp – revistas do exterior se referem ao bairro como um *Quartier Latin.* Atrações como a Fábrica Heineken, a feira Albert Cuyp, restaurantes diurnos, pequenas lojas, etc., devem ser apreciados. Mas, ao mesmo tempo, as armadilhas para turistas, voltadas para o dinheiro rápido (lojas de suvenires, câmbio de dinheiro, etc) devem ser evitadas.

A Ferdinand Bolstraat (Rua Ferdinand Bol) se desenvolve agora como eixo de varejo principal, com uma coleção de lojas e restaurantes de cadeias fortes e conhecidas, como um imã para o público comum. Isso é uma precondição para as lojas nas pequenas ruas adjacentes com um nível mais baixo de aluguel e/ou propriedade particular: pequena escala, diverso e especializado. E essas lojas são voltadas também à prestação de serviços a clientes e pessoas que vivem num mundo muito denso e urbanizado, como vamos ver cada vez mais no futuro.

NECESSIDADE DE COLABORAÇÃO

Gostaria de fazer uma observação sobre a ideia frequentemente ouvida, da necessidade de flexibilidade de (uso de) propriedade e de níveis de aluguel. Incorporadores e proprietários com uma base especulativa não tendem a pensar a longo prazo. Muitas vezes eles optam pelo retorno mais alto dos seus investimentos, resultando em locatários de um tipo bem conhecido. Proprietários de imóveis deveriam ser envolvidos numa fase inicial em novos planos e estratégias para convencê-los de que uma visão de longo prazo é melhor para todos. Colaboração com as autoridades é importante também para que a produção e as empresas de pequena escala - que são muito importantes para um bairro como o Pijp, voltem. Isso requer um processo de solicitação de licenças mais liberal; caso contrário, todo espaço do andar térreo disponível nas ruas adjacentes será convertido em habitação.

A tarefa então é encontrar uma mistura e uma boa colaboração entre empreendedores (de cadeia e especializados, lojas e produção, orientados para o dia e para a noite, para locais bem como para visitantes), e pessoas que vivem e trabalham na área. Porém, colaborar e juntar as forças é muito difícil, porque todos tendem cumprir os seus interesses pessoais e mal enxergam os desafios e objetivos comuns. Empreendedores deveriam ser proativos, tomar partido previamente no processo de desenvolvimento de um bairro, e colaborar nesse desenvolvimento. Eles poderiam provavelmente ser auxiliados por uma "agência intermediária" ou por um "gerente de rua comercial".

Esse tipo de recomendações resultará no fortalecimento da "alma" do Pijp e numa imagem e desempenho interessante e diferenciado ao nível dos olhos na rua.

JAPÃO: O CONCEITO MACHIYA

Birgit Jürgenhake, arquiteta

ESPAÇO – RUA – LOJA

Uma *Machiya*

Machiya são residências urbanas, em versões diferentes, construídas em todo o Japão. *Ma* significa "espaço" ou "entre", *chi* significa "rua" e *ya* significa "loja". Ou seja, um espaço ao longo da rua com uma loja. Geralmente, uma *Machiya* é uma moradia com uma loja voltada para a rua. A *machiya* surgiu pela primeira vez nos séculos XI e XII, quando comerciantes em Kyoto, o capital anterior do Japão, usavam mesas para mostrar as suas mercadorias na frente das suas casas. Com o tempo, a loja passou a ser construída dentro do espaço residencial, com jardins interiores trazendo luz e natureza para dentro da casa, relativamente pequena e comprida. Embora algumas casas *machiya* sejam protegidas como patrimônio japonês, muitas estão desaparecendo.

ELEMENTOS FLEXÍVEIS DA MACHIYA

O *plinth* muito sofisticado da *machiya* funciona como uma zona intermediária suave entre o exterior e o interior, oferecendo um sistema de elementos flexíveis, que permite ao *plinth* mudar de grau de abertura e de função. Morar numa *machiya* significa morar em uma condição de ambiguidade: você está dentro e fora ao mesmo tempo.

Uma *machiya* com uma loja em Tsumago

A Hamaya Machiya mostra uma transformação da loja para uma “casa de chá”, onde cerimônias de chá são organizadas, e também para um templo para o bairro.

O *plinth* da *machiya* se adapta facilmente ao uso da loja. As paredes laterais consistem de uma treliça de madeira, chamada *koshi*, que pode ser removida para abrir toda parte frontal da loja, resultando em um espaço fluído que é, ao mesmo tempo, dentro e fora. Um banco na frente dessa treliça removível pode ser usado para mostrar produtos, como era antigamente, ou como um lugar para os passantes descansarem. O espaço de extensão é limitado por uma inclinação bem marcada, e elevado por um pequeno degrau e uma mudança clara de material. Está protegido por uma cobertura pequena, oferecendo sombra e a sensação de estar dentro. Já que a treliça é relativamente transparente, uma segunda camada, o *shoji*, pode ser fechada quando a loja está fechada, para criar uma sala privada; portas de correr feitas de madeira e papel de arroz também são facilmente removíveis, como os *koshi.* A *machiya* usa *shoji* diferentes, de bambu frágil nos verões quentes e de papel de arroz grosso nos invernos frios. De um lado do *plinth* há uma pequena entrada para a parte residencial que fica atrás da loja, muitas vezes coberta por uma *noren*, semelhante a um véu. No verão, a entrada fica aberta e o *noren* é a única proteção entre o lado interior e o lado exterior dessa entrada.

A pequena Machiya Saimoto, em Kyoto, é uma casa que é demasiadamente pequena para uma loja separada, portanto um espaço que é uma combinação de trabalho e moradia e que fica de frente para o *plinth*. Em dias cerimoniais, a fachada do *plinth* é removida e um templo do bairro ou um local para as crianças brincarem pode ser criado, o exterior e interior se tornam um só lugar.

LIÇÕES DA MACHIYA

Hoje, as *machiya* fazem parte dos centros urbanos antigos e as paisagens de rua estão repletas delas, criando uma área urbana bonita e viva, com torres modernas dos seus lados. O *plinth*, com a sua loja, são atemporais e mostram uma variação colorida de detalhes de carpintaria perfeita, uma habilidade artesanal que está desaparecendo. Hoje encontramos lojas, restaurantes, cafés, galerias e pequenos ateliês nos *plinth*s das *machiya*. Bairros inteiros de *machiya* chamados *roji,* ainda existem e são usados para moradia com pequenas galerias na frente.

Quais as lições que podemos tirar da *machiya* histórica? O elemento mais importante, pela riqueza do *plinth* de *machiya,* é a sua fachada flexível; abrir e remover a fachada deve ser fácil. Hoje, *plinth*s poderiam oferecer a mesma flexibilidade, permitindo um número enorme de possibilidades e liberdade para o usuário. Do mesmo modo, o uso da *machiya* é flexível – uma loja, um espaço para os vizinhos e uma sala de estar. Finalmente, o grau de abertura da *machiya* faz com que as linhas entre o dentro e o fora se misturem, criando um senso sadio de responsabilidade e comunidade. Quando os limites se tornam suaves, as pessoas cuidam dos seus ambientes e ficam conectadas.

UM APELO POR ESTACIONAMENTOS FLAMENGOS

Wies Sanders, urbanista

Tudo bem, nem todos os *plinths* são equipados com vitrinas aconchegantes e terraços de restaurantes. Seria irritante se cada rua, sem limite, lhe atraísse para comprar, beber e comer, especialmente quando não tem dinheiro. Uma cidade precisa de *algumas* fachadas chatas, mesmo que fosse apenas para não serem vistas por toda essa gente. Uma cidade precisa também de garagens, contâineres, entradas de serviço, conexões e espaços para instalações, e é necessário que eles não sejam negados nem escondidos de uma maneira ridícula, mas tratados como iguais no espaço público. Talvez requeiram ainda mais atenção porque o funcionar da cidade depende cada vez mais de instalações e fornecedores. Por essa razão, isso é um apelo por mais atenção à interação entre o *plinth* e o carro e a comunicação técnica, com o estacionamento flamengo como um exemplo.

Nos dias gloriosos dos anos 1950, os flamengos adotaram um perfil americano com uma verdadeira cultura de carros. O carro não era posto na rua para se exibir, como é comum na Holanda, porém nitidamente colocado no estacionamento privado, que era desenhado para ser integrado com a casa. Já nos tempos de *Art Nouveau*, as portas das garagens eram muitas vezes de uma qualidade maior que a das portas da frente, e as casas modernas dos anos 1950 eram equipadas com garagens ainda maiores. Onde os holandeses têm as suas cortinas de voal, um flamengo típico tem uma porta larga de garagem. E diferentemente da Holanda, casas *drive-in* não são um privilégio do estilo de vida suburbano. É um fenômeno urbano também, que configura significativamente a aparência das ruas de uma cidade como Antuérpia.

Atualmente, o estacionamento integrado privado em Flandres muitas vezes não é mais usado como tal: a sua porta da garagem com uma placa que diz “carros serão

rebocados" é uma garantia para ter uma vaga de estacionamento na frente da sua própria casa na rua urbana movimentada. O fato de que a rua é cheia de carros estacionados é parcial, porque todo morador de Antuérpia é contemplado com duas licenças de estacionamento gratuito. E a maioria das pessoas em Antuérpia, apesar das amplas facilidades para bicicletas e transporte público, tem dois carros na verdade. Pois, apesar de poder viver sem, porque quereria? A garagem obviamente é usada como um quarto extra e área de despensa da bicicleta cara de corrida, da casinha do cachorro e das ferramentas. A garagem privada é a versão urbana da fazenda rural. Num sábado qualquer, a porta da garagem está permanentemente aberta, e traz uma troca animada com a rua. É um prazer espiar secretamente nas garagens, procurando coleções de placas, calendários, invenções mal-sucedidas e brinquedos perdidos. Nenhuma vitrina vence isso!

No distrito Borgerhout, as garagens muitas vezes são usadas como ateliê e ponto de *start-up* para empreendedores, ou para negócios de importação e exportação, vendas por atacado, espaços para consertos e cavernas de bagunça, por onde não passa um varredor há décadas. Talvez nem tudo seja completamente legal, porém, sim, Apple, Google, Amazon, Barbie e Microsoft também começaram em garagens, porque uma incubadora subsidiada seria mais bem-sucedida que uma garagem num distrito urbano?

Postos de gasolina e oficinas de reparação nas cidades flamengas são integrados logicamente nas linhas de edificação. Há possibilidade de que numa encruzilhada na Antuérpia você encontre um bar, uma loja e uma oficina de carros, todos na mesma esquina, todos prósperos há anos. O *plinth* do prédio onde está a oficina fica alguns poucos metros recuado, para receber o carro num lugar coberto. O proprietário da oficina fica atrás, sentado numa caixa envidraçada, e talvez more em cima. A entrada para um estacionamento público ou a oficina fica adjacente e muitas vezes ocupa toda a área interna da quadra urbana.

Todo acesso a uma vaga de estacionamento não precisa exceder a 2,5 metros para abrir um mundo novo e uma variação grande de funções. Não admira que seja imensamente popular na Bélgica! Porém, como nos outros lugares nas cidades europeias, acabou a festa. Devido a mudanças de condições de segurança, os postos de gasolina fecharam um por um em meados dos anos 1990. E as pequenas oficinas de carros têm dificuldades de competir com as grandes concessionárias. Nos melhores bairros, as superfícies liberadas pelos fechamentos agora são tomadas por fachadas de vidro e ocupadas por restaurantes e escritórios. As localizações menos lucrativas continuam em declínio, esperando infinitamente por uma nova proposta. Enquanto isso, automobilistas são cada vez mais obrigados a dirigir até mais longe, fora da cidade para abastecer ou consertar os seus carros.

De qualquer forma, se olharmos um pouco mais longe para o futuro, o estacionamento privado e o posto de gasolina local podem encarar um futuro glorioso. Um futuro onde vai ser preciso um espaço seguro e póximo, para um ponto de abastecimento do carro, da bicicleta e da tricicleta, células de combustível e serviço de entrega elétricos, e a área técnica necessária por formas modernas de trabalho, como *co-working*. Com o tempo, teremos que transformar essas janelas polidas e com gerâneos novamente em garagens!

A MÁQUINA DO TEMPO: O MESMO PRÉDIO, DEMANDAS DIFERENTES

Jos Gadet, planejador urbano

A NOVA ECONOMIA

Embora a migração para as cidades seja tão antiga quanto as próprias cidades, o presente crescimento das cidades pré-industriais no hemisfério ocidental é um tanto específico. Está baseado em conhecimento e interação humana.

O economista Edward Glaeser concordaria quando dizemos que, enquanto a cidade industrial típica esteve localizada em um lugar onde as fábricas tinham uma vantagem na produção, a cidade típica do século XXI parece mais ser um lugar onde os trabalhadores têm uma vantagem no consumo, na interação e uma esfera pública agradável. Há uma década, empresas estavam amarradas a lugares como Liverpool ou Pittsburgh, em razão dos atributos naturais, como portos e minas de carvão; esse não é mais o caso para as empresas. O declínio mundial nos custos de transporte significa que empresas se tornaram *footloose*: livres para se localizar onde as pessoas querem morar. Na maioria dos casos, cidades atraentes como Amsterdã, Londres, New York, Munique, Copenhague e Barcelona atraem empresas e empreendedores pela sua qualidade de vida e utilidades públicas.

E há mais. A urbanização atual das cidades mencionada acima é o resultado de uma recente mudança estrutural na economia dos países desenvolvidos. Essa nova economia baseada em conhecimento é fundada na interação e sinergia – e, por isso, crucial para o contato face a face. Hoje em dia, o contato face a face acontece nos ambientes como cafés onde

HOFMANKAPPERS

toma-se café da manhã, áreas de *lounge*, bibliotecas, galerias, bares e os clones do Starbucks. A orientação urbana da nova economia também resultou numa preferência por moradias dentro do tecido urbano, dentro das áreas de uso misto que oferecem variedade de utilidades. Essa forte demanda resulta em aumento dos preços das casas e em unidades residenciais pequenas e cada vez menores. Casas menores provocam urgência de uso dos espaços semipúblicos de encontros casuais, como os mencionados acima. O desenvolvimento muito rápido dos *smartphones* e redes sociais digitais acelerou e reforçou essas forças.

A REVITALIZAÇÃO DA FRANS HALSSTRAAT

Essa revitalização especifica demanda uma organização espacial específica, na qual diversidade e proximidade são da maior importância. Portanto, isso significa que há uma necessidade crescente de um *tecido urbano no qual há possibilidade para diversidade e proximidade!* E isso, por sua vez, explica a alteração visual e funcional dos bairros da Amsterdã do século 19, ilustrada pela revitalização da Frans Halsstraat (Rua Frans Hals) no famoso Pijp District, imediatamente adjacente ao coração urbano de Amsterdã.

O grupo alvo do distrito Pijp era a classe de trabalhadores, porém, devido ao acelerado aumento dos preços da terra, o bairro foi ocupado pela classe média, que fugia das áreas centrais urbanas do século 19, superpovoadas e poluídas. Devido aos projetos comerciais dos construtores e à construção especulativa nessa época "pre- Lei de Habitação", foram executadas moradias pequenas com alugueis relativamente altos. Por esta razão, alguns dos moradores alugaram um quarto para artistas, estudantes ou solteiros. Portanto, a gênese de um bairro vivo e diverso enfraqueceu, hoje o bairro é conhecido como o Quartier Latin de Amsterdã ou Amsterdã Bohemia.

A deficiente manutenção durante e depois da II Guerra Mundial e a suburbanização da produção e do trabalho nos anos 1960 e 1970 iniciaram o declínio do distrito, uma vez famoso, e ele se tornou uma favela. Porém, em razão da sua proximidade com o coração urbano, e os alugueis baratos e fraca imagem, o Pijp continuou habitado por boêmios e estudantes por volta de 1980. Desde então, aluguéis baixos também atraíram migrantes da Espanha, Turquia, do Marrocos e de Portugal. Essas comunidades étnicas enriqueceram o bairro com lojas e serviços originalmente voltados para a sua "própria" população migrante, e foram abraçados imediatamente pelos estudantes e boêmios ali residentes. O bairro em si virou uma atração!

A qualidade da estrutura urbana física foi muito importante. Os investimentos de pequena escala, privados e o modo de construção no século 19 resultaram em "construção por demanda". Espaço residencial, espaço de varejo, lojas e espaço de trabalho foram construídos na mesma rua, ou até no mesmo prédio. E além disso, o método de construção possibilitou alterações rápidas de funções de propriedade da

maneira mais fácil, para responder à demanda atual. Essa aparência física é uma condição (espacial) necessária para a revitalização dos distritos urbanos. Os andares térreos se apresentam como o exemplo último desse fenômeno urbano: o *plinth* expressa o caráter dinâmico de um distrito urbano.

Esse também é o caso da Frans Halsstraat. A abertura do bar *Carels Café* nos anos 1980 disparou o surgimento de mais bares e restaurantes. A Frans Halsstraat se tornou a primeira zona "de entretenimento" fora do coração urbano de Amsterdã. Com esse sucesso, a fama da área cresceu, resultando no aumento dos alugueis e dos preços de terrenos. Não apenas os estudantes e boêmios foram atraídos por essa região de Amsterdã, mas também os habitantes mais prósperos da capital, os migrantes e expatriados foram (e ainda são) atraídos por essa parte diversa, de uso misto, da cidade.

O sucesso da Frans Halsstraat, devido a sua adjacência à cidade histórica e a sua estrutura física especifica, forçou o governo local a interromper as políticas comuns de demolições massivas do antigo tecido urbano (tradicional) nessas partes de Amsterdã. Por isso, a prefeitura começou a sanear a sua propriedade pública por um lado, e por outro, forçou, por lei, os proprietários privados a manter e desenvolver as suas propriedades. Além disso, a autoridade local introduziu tráfego de sentido único, e investiu em árvores na rua e outras melhorias no espaço público. Agora, várias empresas criativas e outras baseadas em conhecimento começaram os seus negócios na Frans Halsstraat ou próximo a ela.

Em 25 anos, essa rua se transformou de uma área anônima residencial para grupos de baixa renda numa área viva com usos mistos, completamente absorvida pelo tecido urbano. O processo de transformação na e em volta da Frans Halsstraat, e do Pijp District como todo, mostra uma área despertando o interesse da nova burguesia e da "classe criativa" que está surgindo, não apenas para usar e visitar a mistura diversa de utilidades e lojas, mas também para comprar ou alugar uma moradia. Neste caso, os *plinths* não foram uma condição *suficiente*, mas *necessária*. O caráter misto do tecido urbano, o método de construção do século 19 e os tantos espaços de varejo transferíveis nos *plinths* possibilitaram a transformação. É por isso que a Frans Halsstraat se adaptou facilmente e rapidamente às mudanças das demandas na nova economia e sociedade urbanas.

DISTRITOS DE MELHORIA URBANA EM JOANESBURGO

Cecilia Andersson, informada por Elisabeth Peyroux

CONFRONTANDO A VITALIDADE COMERCIAL E RESIDENCIAL

Joanesburgo passou por várias mudanças ao longo das últimas décadas, evoluindo de um centro de mineração e de uma cidade industrial para um centro metropolitano, entregue aos serviços financeiros e comerciais. Essa cidade de mais de 3 milhões de habitantes é o coração econômico da África do Sul e um grande polo econômico na região. Ainda que Joanesburgo mostre algumas caraterísticas chave de uma cidade desenvolvida e atraente, houve pouca integração direta entre atividades formais e informais.

Joanesburgo se defrontou com problemas de vitalidade de negócios e residencial, tal como muitas outras cidades: um centro urbano em declínio afetado pela industrialização minguante, o desenvolvimento de *shoppings* suburbanos, a descentralização de zonas de escritórios, e "*white flight*", "êxodo branco" das áreas residenciais centrais. Altos níveis de desemprego e pobreza, crescentes taxas de criminalidade e o aumento da economia informal foram fatores adicionais cruciais. A cidade também herdou padrões socioeconômicos distintos do regime do *apartheid* e espaços continuam a ser fortemente marcados pela segregação do passado.

DISTRITOS DE MELHORIA URBANA

O desenvolvimento histórico de Distritos de Melhoria de Negócios, *Business Improvement Districts* (*BIDs*) tem a sua origem no Canadá, no final dos anos 1960, antes de se espalhar pelos Estados Unidos em meados da década de

1970, e depois por outros países. Na África do Sul, são chamados de Distritos de Melhoria Urbana, *City Improvement Districts* (*CIDs*), e o seu propósito é "manter e gerenciar o ambiente público num nível superior *e, portanto, elevar investimentos [a maior parte pelos proprietários]."* Desde da transição democrática de 1994 na África do Sul, os Distritos de Melhoria Urbana – os *CIDs* foram implementados de várias formas na área metropolitana de Joanesburgo.

Desde do início dos anos 1990, o conceito dos *CIDs* se espalhou para outras cidades da África do Sul, incluindo Joanesburgo, como resposta ao flagelo urbano e à insegurança. Os *CIDs* foram vistos também como solução inovadora para impulsionar e promover o desenvolvimento econômico em áreas suburbanas. Os *CIDs* contam com o apoio das autoridades públicas e tornaram-se parte das políticas de regeneração urbana. O setor privado teve um papel fundamental na transferência do modelo, na adoção da legislação e em espalhar os *CIDs* pela cidade.

CID´S EM JOANESBURGO

Empresários e proprietários imobiliários estabeleceram o precursor dos *CID´s* na África do Sul como um projeto piloto no centro de Johanesburgo. O resultado foi a Parceria da Joanesburgo Central, *Central Johannesburg Partnership* (*CJP*), lançada em 1992 como

resultado de um "Workshop Estratégico sobre o Centro Urbano". Primeiro, estabelecida como uma parceria trilateral – o empresariado, a Prefeitura de Joanesburgo e a comunidade –, a *CJP* se concentrou na representação exclusiva dos negócios do centro urbano, desde 1995 até então, e se tornou uma empresa privada sem fins lucrativos em 1998. O primeiro *CID* se estendeu por alguns quarteirões urbanos no Distrito Comercial Central e focou-se em segurança, limpeza e manutenção, e qualificação dos serviços para os comerciantes informais.

O modelo do *CID* de Joanesburgo se espalhou rapidamente para outras partes da cidade. Ao se expandir para além dos limites do Distrito Comercial Central, o conceito dos *CID*s se empenhou em adaptar-se às condições socioeconômicas desses polos suburbanos. Os serviços proporcionados pelos *CID*s complementam os proporcionados pela autoridade local. Usualmente eles incluem segurança, limpeza e manutenção dos espaços públicos, publicidade, melhorias físicas e programas especiais para abordar aspectos como transporte, acesso e estacionamento. Alguns *CID*s também incluem programas sociais, como a criação de Associações de Pessoas Sem Teto, o desenvolvimento de atividades de geração de renda e um esquema de guarda de carros, fornecendo trabalho para os sem abrigo.

Os *CID*s são ativos também nos campos de desenho urbano. Eles desenvolveram uma grande variedade de atividades para providenciar uma identidade distinta e para divulgar os distritos. Isso é particularmente importante nas áreas suburbanas. Estratégias territoriais através de *marketing* e paisagismo estão estreitamente conectadas com as práticas de *placemaking* e "promoção de lugares". No centro urbano, atividades de desenho urbano incluem a transformação e qualificação do espaço público, através da melhoria das propriedades, paisagismo e pedestrianização.

CID MAIN STREET

Main Street, Rua Principal, um *CID* voluntário no centro urbano, é um exemplo de projeto de *re-design* e reconstrução para fazer com que as pessoas sejam novamente atraídas pelas ruas. Esse grande projeto de renovação cobre seis quarteirões urbanos. Com *o re-design* da rua, o acesso veicular foi limitado, calçadas foram estendidas para permitirem bares nas ruas, e árvores foram plantadas ao longo das ruas. A identidade histórica da área foi objeto de atenção: foi desenvolvido o tema "mineração", através de iluminação nova, baseada nas normas de iluminação do século 19 e nos artefatos de patrimônio relacionados à indústria de mineração.

LIÇÕES

Os *CIDs* causam preocupações em relação ao risco de reforçar desigualdades espaciais: subúrbios prósperos onde os negócios e os proprietários têm a possibilidade de pagar taxas adicionais *versus* as favelas de baixa renda, onde a base comercial e econômica permanece pobre. Os proponentes dos *CIDs* os vêem como uma maneira de proporcionar oportunidades para qualificação e fortalecimento dos espaços públicos, sem sobrecarregar o estado. Ainda que o componente de prevenção de crimes dos *CIDs* possa levar a um ambiente mais seguro que favoreça a vida social, o reforço no controle e vigilância do espaço público de acordo com estratégias baseadas no lucro, é visto com forte potencial de fonte de discriminação e exclusão de alguns segmentos da população.

Entretanto, os *CIDs* expressam novas formas de parcerias público-privadas na prestação de serviços e obtiveram o mandato da Prefeitura de Joanesburgo para coletar as taxas dos distritos diretamente dos proprietários. Os *CID*s de Johanesburgo encontraram um contexto político apoiador.

REFERÊNCIA

Elisabeth Peyroux, (2008) “City Improvement Districts in Johannesburg: An examination of the local variations of the BID model”

MODA REINVENTA UMA RUA

ESTUDO DE CASO DE KLARENDAL

Arnhem, Holanda

ENTREVISTA COM

Berry Kessels, *incorporador do distrito Klarendal, associação de habitação chamada Habitação Popular (Volkshuisvesting), Arnhem*

"Habitantes contribuíram para a renovação do bairro e para o desenvolvimento de planos e o embelezamento de outras partes do distrito."

FATO 1

1: 1.500 m de comprimento/extensão da Klarendalseweg, Sonsbeeksingel e Hommelstraat

FATO 2

100 artistas locais que trabalham nas lojas, ateliês e que moram na área

FATO 3

50 lojas, 4 bares/restaurantes e 1 "hotel moda" em 2012

LINHA DO TEMPO

1905 O bairro Klarendal é a primeira extensão de Arnhem para fora das muralhas da cidade

Anos 1960, o pico dos bons tempos; 32 padarias, 16 lojas de flores, 25 cafés são ativos na Klarendalseweg (Rua Klarendal)

1963 ArtEZ Instituto de Arte abre em Arnhem

1970 Indústrias maiores mudam de lugar. Aumento de desemprego, crime e drogas, causando distúrbios.

1989 Os habitantes se organizam e expulsam violentamente os chefes do tráfico. Início da prevenção de crimes e planos para revitalização do bairro.

2005 Plano de revitalização: Klarendal Continua lançado para melhorar a qualidade de vida, introduzindo o Distrito de Moda (Mode Kwartier)

2008 Correio histórico no centro da cidade de Arnhem foi reconstruído em Klarendal, com um novo restaurante

2012 Hotel de moda Modez abre, para o qual designers holandeses de moda internacionalmente renomados desenharam os 20 quartos. 50 lojas na rua foram ocupadas.

2013 Abertura de um centro multifuncional

CONTEXTO

Situada 100 quilômetros a sudeste de Amsterdã, Arnhem é uma das maiores cidades da Holanda. Klarendal foi o primeiro bairro de Arnhem fora da muralha da cidade, quase todos seus usos originais eram industriais. No começo dos anos 1900, a ferrovia nacional cortava Arnhem entre cidade antiga, por um lado, e setor de uso industrial pelo outro. Os anos 1960 e 1970 trouxeram desespero e ansiedade ao bairro, provocados pelos fechamentos de fábricas. O desemprego nitidamente aumentou, seguido rapidamente por crime em ebulição, prostituição e tráfico de drogas. Muitas lojas fecharam na Klarendalseweg, a rua principal de 1,6 quilômetros. Os distúrbios entre os orgulhosos habitantes locais e a polícia, relacionados aos problemas de drogas e crime, persistiram ao longo dos anos 1980. O número de famílias residentes caiu, a demanda por lojas locais mudou e diminuiu e o número de prédios vazios aumentou. Os traficantes foram evacuados várias vezes, porém sempre retornavam rapidamente. O despejo violento dos traficantes em 1989 vingou os habitantes. Depois de uma década de planejamento nos anos 1990, o plano de revitalização da Klarendal foi finalmente lançado no começo dos anos 2000. Desde então, o bairro vem experimentando mudanças positivas.

PROBLEMA

Os habitantes, na maior parte da classe trabalhadora, eram orgulhosos do seu bairro, das grandes indústrias na sua volta e do charme da Klarendalseweg. Depois do último distúrbio em 1989, a maior questão se manteve: como podemos reinventar esse bairro? Como podemos fazer com que ele vire uma atração fora do centro urbano? Com quase todas as lojas na rua principal fechadas, uma alta taxa de desemprego, tráfico de drogas em certas áreas e ruas de Klarendal, comportamento criminal e rendas baixas, quais são as opções?

SOLUÇÃO

No começo do século 21, foi firmada uma forte parceria entre os habitantes, a cooperação de habitação local "Volkshuisvesting Arhem", o Governo Provincial de Gelderland, a escola ArtEZ fashion e a prefeitura de Arnhem. Em razão dos aluguéis relativamente baixos, o bairro já estava se desenvolvendo como uma comunidade alternativa, artística, com muitos estudantes da ArtEZ morando ali. Ao mesmo tempo, na cidade de Antuérpia, os ícones da haute couture The Antwerp

Six estavam fazendo sucesso na cidade flamenga, e junto com eles, revitalizando a cidade. Essa história de sucesso inspirou os parceiros de Klarendal a expor a conexão entre arte, o bairro e ArtEZ. Dessa inspiração nasceu o Mode Kwartier, o Distrito de Moda. Em 2005, a cooperação de habitação começou a pagar pelas renovações das lojas. Um grupo seleto de diplomados da ArtEZ e de outras academias da Holanda foi convidado para alugar lojas vazias ao longo da Klarendalseweg. Os artistas tinham estúdios-loja no andar térreo e moravam no espaço acima. Os diplomados alugavam pelo preço do mercado e lhes foi exigido que desenhassem seus estúdios. Em 2008, a relocalização do correio histórico de Arnhem, a sua reconstrução e a inauguração de um novo restaurante no seu interior, marcou a nova imagem do bairro. Em 2010, 35 estúdios-lojas estavam ocupados: hoje, são mais de 60.

SEGREDO

Intervenção Acupuntural. Com o início deflagrado pela inauguração do restaurante e a reconstrução do correio histórico, os parceiros aplicaram uma estratégia de revitalização que apontava uma variação de intervenções em várias locações ao longo do corredor Klarendalseweg. Alguns segmentos da rua foram redesenhados para melhorar o ambiente do pedestre. E obviamente, os estúdio-lofts dos diplomados, espalhados ao longo do corredor, não tiveram apenas um papel chave para manter a rua vibrante em todas as horas do dia, mas criaram também um destino e uma rota de pedestres para amigos e visitantes.

LIÇÕES

Criar movimento. A reconstrução do correio e o novo restaurante Goed.Proeven (Boa Degustação) foram grandes geradores da boa imagem do programa de revitalização de Klarendal. Isso proporcionou uma "inauguração" oficial da rua, especialmente

para aqueles que até então não conheciam o bairro e as suas melhorias recentes, e imediatamente fizeram com que a rua virasse um destino que valeu o movimento. Em 2012, houve uma segunda grande inauguração, em razão de três novas adições: o hotel de moda Modez & bar Caspar, o espaço de arte Kunstkazerne (Quartel de Arte) e a galeria/ateliê Plaatsmaken. Novamente, o objetivo é mostrar para o mundo "a nova Klarendal".

Desenvolver consistência. Em razão dos seus planos imprevisíveis e estilo de vida geralmente agitado dos artistas, o desafio maior com a cadeia de estúdios é a organização de horários de funcionamento comuns. Uma coalisão ou equipe de liderança dos artistas seria útil para a criação de uma rua principal consistentemente vibrante.

Adquirir a cooperação dos habitantes. Ao longo do tempo, alguns dos habitantes mais céticos expressaram insatisfação com a direção do bairro. Eles receavam demasiadas mudanças. A priorização dos habitantes, da sua colaboração e *input* em relação às mudanças de longo prazo, que estão por vir, pode ter trazido mais colaboração, apoio e impressões positivas.

IMPACTO

Obviamente, o Mode Kwartier ganhou atenção e atraiu a imprensa internacional, porém também contribuiu para a cidade de Arnhem através da melhoria da imagem do

esquecido bairro de artistas. As renovações, os *plinths* ocupados e o redesenho da rua aumentaram a habitabilidade do bairro. Em 2013, o projeto foi premiado com a Gouden Piramide (Pirâmide Dourada), o prêmio oficial do governo holandês para ”desenvolvimento inspirador”. O júri o qualificou como impressionante e elogiou as dimensões culturais, sociais, econômicas e educacionais do projeto.

FAZER

- Ganhar a cooperação dos habitantes
- Encarar os desafios de frente
- Aproveitar as caraterísticas do bairro já estabelecidas
- Melhorar o bairro em lugares estratégicos

CONCLUSÃO

Com uma história extremamente movimentada e violenta, o grupo de parceiros e artistas graduados se reuniu para criar um corredor, que funciona como destino, fora do centro urbano de Arnhem. O bairro diverso tinha uma base sólida para evoluir, os habitantes originais, orgulhosos, a população de imigrantes constantemente mudando e a classe criativa da ArtEZ aproveitando os alugueis mais baixos. A estratégia de intervenções acupunturais conduziu a mudança lenta e criou uma situação que as pessoas querem frequentar. Obviamente, houve desafios que ainda está-se enfrentando. No final, esse projeto devolveu a confiança aos habitantes, inverteu as imagens negativas do bairro, e contribuiu para um plano de investimento vital para a cidade Arnhem.

PRAÇAS ESCORREGADIAS E PRÉDIOS DE CONCRETO

ESTUDO DE CASO DO SCHOUWBURGPLEIN

Rotterdam, Holanda

ENTREVISTA COM
René Dutrieux, *gerente de projeto*

"É importante mostrar a riqueza cultural e o patrimônio modernista aos cidadãos"

FATO 1
9 instituições culturais

FATO 2
2,3 milhões de visitantes por ano

FATO 3
60 eventos públicos na rua por ano

LINHA DE TEMPO

1887 construção do Groote Schouwburg (teatro)
1940 bombardeio do centro urbano de Roterdã, parte do Schouwburg destruída
1947 abertura do teatro temporário Schouwburg
1953 abertura da Lijnbaan, a primeira rua de pedestres sem carros do mundo, com lojas e moradias
1962 abertura da casa de shows De Doelen, na Schouwburgplein (Praça do Teatro)
1966 construção de um estacionamento sob a praça
1987 demolição do teatro temporário Schouwburg
1988 construção do novo Schouwburg
1996 reconstrução da praça e abertura do cinema
2010 Fundação da Associaçao Vereniging Verenigd Schouwburgplein (Associação da Praça Unida do Teatro)

CONTEXTO

A Schouwburgplein (Praça do Teatro) está localizada no centro da cidade de Roterdã, que foi reconstruído e modernizado depois do bombardeio da II Guerra Mundial. As instituições culturais de artes cênicas mais importantes da cidade estão situadas em volta da Schouwburgplein, atraindo milhões de visitantes por ano. A praça também fica próxima do complexo comercial Lijnbaan, um ícone da reconstrução de Roterdã depois da guerra, e a primeira grande rua comercial do mundo que é exclusivamente de pedestres. Apesar dos tantos visitantes das instituições e das ruas comerciais na proximidade, a praça era um vazio na cidade, ao invés de um lugar para encontros (culturais).

DESAFIO

Um desafio importante é conseguir revelar aos cidadãos a riqueza cultural e o patrimônio moderno dos prédios e trazer vida à praça. Devido à localização da Schouwburgplein,

adjacente, porém fora do fluxo de tráfego de pedestres, as pessoas coincidentemente não passam por lá. Além disso, os frequentadores do teatro tendem a chegar apenas um pouco antes do espetáculo e partem logo depois, passando pouco tempo na ou em volta da praça. Três objetivos principais foram estabelecidos para fazer com que a praça ficasse mais atraente: melhorar a sua qualidade física, trazer visibilidade à cultura dentro dos prédios e ativar a praça com programação e eventos.

SOLUÇÃO

Em 2008, a câmara municipal fez uma proposta às instituições culturais: a prefeitura investiria nas melhorias físicas do espaço público, enquanto as instituições programariam eventos ao ar livre para ativar a praça. Isso foi o ponto de partida para a associação Vereniging Verenigd Schouwburgplein, que representa as nove instituições culturais, organizações comunitárias e a associação empresarial. O objetivo da associação é o fortalecimento da praça como uma plaza metropolitana, cultural, receptiva, para todos os habitantes de Roterdã e, dessa maneira, fortalecer a área economicamente.

Desde o seu início, a associação trabalhou em um programa plurianual para ativar a praça e fazer com que ela se tornasse um lugar mais agradável. Muitas mudanças ocorreram nos anos recentes. Espacialmente, os bancos móveis, chamados “Enzo´s”, e um pequeno palco externo foram colocados na praça. A associação também desenhou um programa plurianual para ativar a praça em estreita colaboração com as instituições culturais. O controle está garantido com base num perfil da localização e das atividades, pelo qual o caráter da praça e o tipo das atividades são determinados. Além disso, há coordenação em relação às outras praças na cidade, para alinhar atividades e eventos.

Fisicamente, os plinths do teatro e da casa de shows ficaram mais abertos e acessíveis, devido a investimentos da prefeitura. O saguão do teatro se tornou um lugar de encontros, onde você pode ir, mesmo sem assistir a um espetáculo. A casa de shows, De Doelen, também foi requalificada através de uma entrada mais hospitaleira e aberta, incluindo um acolhedor grand café, de frente para a rua.

SEGREDOS

Criar uma associação representativa.
A associação é o contato principal para todas as atividades e garante o controle de qualidade de todos os eventos. Um líder da programação colabora com as instituições e programa as atividades culturais. Além disso, um “mestre da praça” tem o papel de ligar os residentes que moram na proximidade, os empreendedores e a prefeitura.
Conectar o interior e o exterior dos prédios.
Os prédios e as instituições culturais em volta da praça eram orientados para dentro, e não mostravam o que lá acontecia. Agora, o saguão do teatro está aberto para o público, e está-se renovando a casa de shows, criando uma entrada mais hospitaleira e aberta.
Programação, programação, programação.
Para que a Schouwburgplein se tornasse um espaço público vibrante, mais atividades e eventos foram necessários. Novas atividades e eventos na praça a ativaram e atraíram novos visitantes.

LIÇÕES

Determinar o perfil do lugar. Regule o tipo das atividades e eventos de acordo com o perfil de qualidade da praça e as suas instituições. Para a Schouwburgplein, esse é o ponto de partida para todas as atividades e eventos. O perfil das localidades tem um status formal, determinado pela câmara municipal, e algumas regras rígidas em relação ao barulho e o tipo de eventos. O perfil de localidades também é útil para a comunicação com os habitantes da vizinhança nas discussões sobre possíveis eventos. Transformações lentas e a passos pequenos: Ao invés de

realizar alguns grandes eventos e atividades, a associação trabalha para uma transformação de longo prazo da praça. Leva tempo construir novas tradições e mudar a aparência física. Essas transformações lentas se aplicam à natureza de "ser a cidade".

IMPACTO

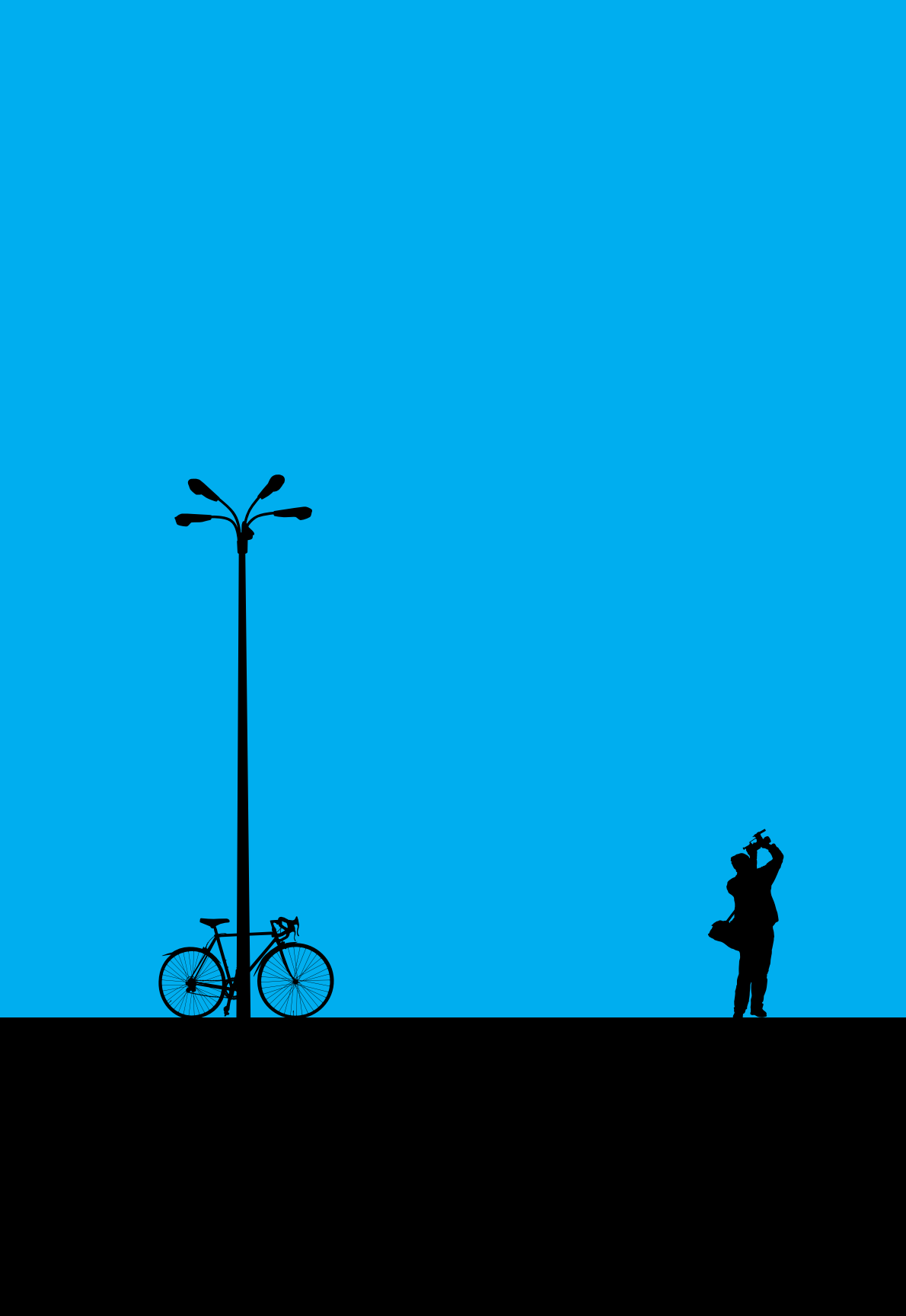
O resultado primário é um programa ativo e estrutural (desde 2011) com eventos organizados pelas instituições e atores "externos". Uma parte da programação consiste de eventos maiores, de vários dias, que são repetidos todo ano, como por exemplo, o Circus City Festival (Festival da Cidade do Circo), e a Dance Week (Semana da Dança), mas também eventos menores, semanais, nos domingos, como sessões de yoga e performances. Em 2009, ocorreram apenas 11 eventos na praça; em 2014, esse número aumentou para 60. Esses eventos atraíram 75.000 visitantes. O objetivo final é oferecer aproximadamente 100 eventos na praça em 2016. Mais do que nunca, a Schouwburgplein ganhou a reputação de uma praça cultural de Roterdã.

FAZER

- Colaboração entre todos os atores com objetivos comuns
- Ativar através de programas e eventos
- Abrir os plinths e andares térreos para o público

CONCLUSÃO

A transformação lenta da Schouwburgplein em uma praça cultural vibrante consiste de aspetos físicos, funcionais e organizacionais. A associação funciona bem para que todos os atores colaborarem na melhoria da praça, fisicamente e funcionalmente. Enquanto melhorar a qualidade do espaço público e fortalecer a relação com os plinths do prédio, a programação de eventos culturais e atividades atrairá mais visitantes e trará vida pública à praça. Nos últimos anos, a programação de atividades fez com que o número de produções culturais das instituições e também dos eventos externos aumentasse.



DESENVOLVIMENTO DE PROPRIEDADE

UMA INTUIÇÃO DO INCORPORADOR

uma conversa com Frank van Beek, incorporador

PLINTHS COMO INSTRUMENTO

A perspectiva da Lingotto sempre é realizar um bom distrito urbano e, em alguns casos, um *plinth* com uma função especial faz parte disso. Não temos uma estratégia especifica que aplicamos a cada vez: cada projeto é sob medida. *Plinths* são um instrumento para realizar ruas boas e agradáveis, quando for necessário e possível.

Na Holanda, muitas vezes ficamos encantados com exemplos de lojas pequenas, aconchegantes, como as que vemos em cidades como Barcelona. Porém, essas são cidades de alta densidade com, na maioria, casas pequenas, ruas vibrantes e um sistema de distribuição de bens e produtos de pequena escala. Essas situações não podem ser traduzidas literalmente num novo empreendimento nas cidades holandesas ou em outros países. Desenvolver *plinths* é possível apenas nos lugares onde eles têm uma aplicação potencial e onde eles são apropriados: ao longo de uma rota principal ou nas esquinas das ruas, ao invés de numa rua dos fundos, como as instruções da prefeitura às vezes pedem.

PLINTHS EM NOVOS EMPREENDIMENTOS

Novas situações e bairros em desenvolvimento são diferentes de exemplos históricos, como a Haarlemmerstraat em Amsterdã, que sempre teve a função de rua comercial.

Esses exemplos podem servir como inspiração, mas é muito difícil realizá-los em uma nova situação atual. A prefeitura muitas vezes exige *plinths* em novos empreendimentos, em reação aos quarteirões dos anos 1980, com muros cegos no nível térreo para armazenamento. De fato, essas foram situações indesejáveis, próximas à esfera pública. Mas realizar um bom *plinth* é caro, devido aos custos de construção e os investimentos prévios exigidos. Como incorporador, prestamos sempre atenção às condições e aspectos de contexto, localização, espaço público, programa, forma e ganhos financeiros.

CONTEXTO

Para realizar *plinths*, precisa-se de um distrito urbano misto, ou de áreas com um tecido urbano e alta densidade: ao invés de áreas de escritórios homogêneas ou subúrbios. Especialmente as áreas centrais urbanas e distritos próximos ao centro têm potencial para os *plinths*, mas, dentro dessas áreas, há ruas diferentes com potenciais diferentes. Centros urbanos contêm mais pessoas que outros distritos, pois ali os *plinths* têm mais potencial. Essa área central, porém, está se estendendo para os bairros adjacentes, porque há uma demanda por mais vida central-urbana.

LOCALIZAÇÃO

A questão importante no desenvolvimento de *plinths* é: qual localização tem potencial. Não existe um caminho para calcular isso; você precisa de *fingerspitzengefühl*, ou seja, instinto. É preciso olhar as rotas de pedestres, ruas movimentadas, porém não demasiadamente; é preciso que seja um ambiente agradável para passear. Na rua *Van Eesterenlaan* nas Docas de Leste em Amsterdã, os *plinths* mais bem-sucedidos estão na rota para o supermercado; em IJburg, os mais bem-sucedidos estão perto do *shopping*; e na rua *Wibautstraat,* encontra-se mais vivacidade em volta do supermercado, das saídas do metrô, e das instituições de ensino e escolas.

ESPAÇO PÚBLICO

O tipo de espaço público adjacente é de grande significação: é uma praça, rua de pedestres ou uma rua com carros? Os detalhes e o projeto do espaço público são importantes para criar uma rua agradável, onde as pessoas querem caminhar e fazer compras. Além de uma rua agradável para caminhar e pedalar, alguns espaços para estacionamento temporário devem estar dispostos na frente ou ao longo da rua. Esses são necessários para distribuição e para buscar ou entregar bens por carro: uma necessidade para a maior parte das lojas.

PROGRAMA

A parte principal de um bom *plinth* está na programação, ou no uso: quais funções são apropriadas para um determinado espaço? Especialmente na fase de desenvolvimento de um bairro ou de uma rua, ter suficiente apoio financeiro é difícil para uma companhia Ao lado das atividades comerciais,

RESTAURANTE DAUPHINE
(Prins Bernhard-plein, Amsterdam)

Este restaurante se localiza num ponto particular do lado de um anel de trânsito, onde uma antiga garagem Renault foi transformada num restaurante. Essa área está do lado do centro, porém consiste principalmente de escritórios e algumas habitações. O restaurante fez com que o lugar se tornasse um novo destino. Os proprietários reconheceram o potencial da garagem antiga e do lugar, e os transforaram em uma localização especial. Isso é, arquitetonicamente e funcionalmente, um bom exemplo da transformação de um prédio e mesmo de conferir uma sensação cosmopolita ao lugar. Obviamente, a grande escala do *plinth* é um dos fatores de sucesso, mas também os desenhos dos detalhes são um aspecto importante, como se pode perceber nas letras do nome entre as colunas.

COFFEE COMPANY / FLINDERS
(Meester Treublaan, Amsterdam)

Um bom exemplo de como encontrar a localização certa e reconhecer o seu programa potencial fica perto da estação de trens de Amsterdã, na rua Meester Treublaan. Recentemente, uma nova Coffee Company, junto com a loja de móveis Flinders, foi estabelecida numa antiga loja de varejo, que estava vazia há algum tempo. As mobílias estão dentro da Coffee Company, para permitir que você possa experimentar sentar nelas enquanto toma café. Esse *plinth* sempre foi um lugar sem graça, porém mudou de repente, com uma nova entrada ao lado que está de frente para a água e a ponte. O potencial dessa localização, próxima à estação, foi bem percebido e inteligentemente adaptado.

atividades não-comerciais são um bom uso para os *plinths*, porém há necessidade apenas de um certo número de creches, lavandarias e médicos. Encontrar o programa adequado para o *plinth* é uma tarefa do seu dono ou proprietário, ao invés de nós, os incorporadores. É um negócio especial de harmonização das funções diferentes no *plinth*, comercialmente e esteticamente. Habitação não é uma função adequada para a criação de *plinths* especiais nas ruas principais. Geralmente, esses *plinths* são projetados como espaços abertos com janelas grandes, e por razões de privacidade, as pessoas os fecharão com cortinas. Quando a intensão é a de que o *plinth* seja uma moradia, ele deve parecer com uma residência, e não com uma loja ou um escritório.

FORMA E TAMANHO

O *plinth* não faz parte apenas do prédio, mas também da rua. Pois a forma, o parcelamento e a aparência estão relacionados à largura da rua e da calçada, e ao comprimento e a altura do prédio. Prédios consistem de um *plinth*, um corpo, e uma cabeça/telhado. A largura e o comprimento do *plinth* é uma proporção da fachada inteira. Às vezes, o *plinth* é preciso de um ponto de vista arquitetônico, mas falta-lhe uma função especial. Para criar um *plinth* flexível para objetivos diferentes, são necessários uma certa largura e comprimento do prédio, que também deve ser flexível e poder ser adaptado com o tempo. Quando a estrutura é fixa, você perde a flexibilidade do andar térreo.

ASPECTOS FINANCEIROS

Plinths são importantes, porém às vezes são difíceis e caros de fazer e explorar, devido a custos de construção. Investimento prévio é necessário para criar valor futuro para a rua e a cidade. Esse investimento requer um preço da terra correspondente, para que ele seja possível. Os preços da terra às vezes são demasiadamente altos para fazer com que a realização de uma boa qualidade do *plinth* se viabilize. A prefeitura deve considerar se ela quer bons *plinths* ou se quer fazer dinheiro; fazer os dois é difícil.

PARCEIROS SÃO ESSENCIAIS

Para desenvolver o *plinth*, você precisa de parceiros. Primeiro, o governo deve facilitar, com regulações que dão apoio e com caraterísticas urbanas adequadas, porém sem impor precondições relacionadas à forma do *plinth*. A prefeitura deveria facilitar funções flexíveis no plano de uso da terra, ao invés de limitá-las - apenas regular onde e quando for necessário. O mercado é capaz de achar e desenvolver os lugares que têm potencial para a criação de *plinths*, também em lugares que a princípio parecem inadequados. Algumas pessoas têm olhos para saber quais são esses lugares. Porém, muitas vezes é mais fácil encontrar um lugar para um determinado usuário, ao invés de encontrar uma

função para um determinado lugar. No desenvolvimento do *plinth*, um "gerente de *plinths"* pode ser necessário para realizar isso plenamente; por essa razão, os diferentes proprietários de prédios e quarteirões adjacentes devem colaborar como parceiros, ao invés de como competidores.

O FUTURO DOS PLINTHS

Uma última observação sobre duas tendências que afetarão a maneira com que usaremos e desenvolveremos os *plinth*s no futuro. Primeiro, há uma mudança no varejo, de lojas físicas para lojas virtuais na internet. Pelo fato de que a demanda pelas lojas cairá, as que permanecerem crescerão, ou como supermercados introvertidos, ou como grandes lojas mostrando os produtos oferecidos *online*, como espaços de exposição. Outras lojas permanecerão apenas nas ruas especializadas ou como lojas especializadas com uma certa imagem, na maior parte lojas de alimentação e bebidas ou de *design*.
A segunda tendência é o aumento na demanda por espaços flexíveis pelos profissionais autônomos: há cada vez mais pessoas na Holanda que atuam como autônomos, ou que trabalham *freelance*. Esses novos tipos de empresas não precisam de grandes escritórios ao longo da autoestrada, mas precisam de lugares de encontros menores no centro urbano, para que tenham contato e interação com outros usuários. Querem ter lugares de trabalho flexíveis, trabalhando algumas horas em um café ou *lunchroom*, outras em um espaço de escritório alugado. Eles têm interesse nesses lugares por eles lhes oferecerem um espaço para encontros e para *networking*, mas também porque eles são atraídos pela imagem e o ambiente desses lugares. Isso pode ser o novo futuro dos *plinth*s.

MANTER A BELA ADORMECIDA ACORDADA

uma conversa com Robin von Weiler, proprietário de imobiliária/investidor

OS PRÓXIMOS PASSOS DEPOIS DE UMA ESTRATÉGIA DE REVITALIZAÇÃO BEM-SUCEDIDA DA MEENT

Nos últimos anos, o incorporador e proprietário de imóveis Robin von Weiler teve um papel importante e valorizado na transformação de uma rua em declínio em Roterdã para um dos *hotspots* da cidade.

Agora, a Meent tem a menor taxa de prédios vazios no centro de Roterdã. Os efeitos da popularidade da rua impactaram as áreas circundantes. Estabeleceram-se mais lojas de alta qualidade e há muita procura por moradia, restaurantes e eventos públicos. Com a recente inauguração do Markthal (mercado coberto) e a revitalização dos canais centrais, essa parte de Roterdã atrai atenção internacional.

QUAL FOI O PONTO DE VIRADA DA MEENT?

Com a abertura da "Vlaams Broodhuis" (Casa de Pão Flamengo"), uma padaria bem conhecida, num prédio que anteriormente abrigava uma empresa de trabalho temporário que não estava funcionando bem, as filas surgiram e quase que imediatamente os imóveis adjacentes receberam um impulso. Antes da Vlaams Broodhuis se estabelecer, a rua estava em declínio, porém não suficientemente para alguma ação mais séria. Os donos da padaria enxergaram o potencial, estavam confiantes sobre a sua marca e procuraram a

RISTORANTE NAPOLI

AKKERMAN
MEENS

localização certa, com um grande terraço na calçada. Von Weiler e o dono da quadra ajudaram a padaria a adquirir um espaço adequado, mostrando o local e concedendo o seu uso, e removendo também a empresa de trabalho temporário.

COMO SE MANTÉM O SUCESSO?

O desafio, diz Robin von Weiler, é ficar neutro. A experiência é a grande demolidora da imparcialidade. “É preciso forcar-se para olhar para a rua com um olhar fresco. O tempo todo. As opiniões de outras pessoas ajudam, então sempre ouça bem o que elas acham da rua. ”

Um outro componente chave é saber lidar com permanentes mudanças. Segundo Von Weiler, demandas comuns de uma rua que funciona bem podem mudar com ao longo do tempo, porém os valores permanecem iguais. É importante manter os valores da Meent, como por exemplo, as caraterísticas dos prédios, a fácil travessia da rua e o seu comprimento.

O comprimento não se trata da distância entre Oeste e Leste, mas da soma da caminhada ao longo das lojas uma em frente à outra. Quando a rua seduz as pessoas a atravessar enquanto fazem compras, a experiência da rua se torna mais longa. Atualmente, a Meent tem uma travessia fraca: na frente do grande edifício do World Trade Centre há um *plinth* fechado, ao invés de uma fachada de uma loja. As lojas nesse lado da rua são menos frequentadas.

MODA COMO INSTIGADOR DE MUDANÇA DO JOGO

O sucesso da Meent atrai investidores. Sim, isso é tudo de bom, mas ocorrem efeitos colaterais duvidosos. Marcas de moda mais exclusivas, sem raízes na cidade, descobriram as localizações potenciais para suas novas lojas. A Meent oferece aluguéis baratos em comparação com ruas em outras cidades do mesmo tamanho. Os proprietários das lojas aumentaram os seus preços, porém os locatários “top de linha” pressionaram mais. O aumento no aluguel mudou o jogo. Locatários existentes se depararam com aumentos dos alugueis e dos impostos locais, uma grande carga sobre os seus negócios. Os novos locatários logo se deram conta de que o aluguel era mais alto do que os lucros. Os locatórios, os novos e os existentes, tiveram dificuldades.

Era óbvio que estava faltando uma boa análise do valor da rua. Medidas simples, como por exemplo, mecanismos de contagem de pedestres – quantas pessoas passam – na rua comercial poderiam prevenir preços de aluguel não realistas e problemas para os locatórios.

Von Weiler sabe que ele não pode controlar os atuantes no mercado e as suas estratégias de lucrar. Para fazer com que o equilíbrio esteja mantido, ele passa muito tempo intermediando e providenciando informações, e sempre visa atrair locatórios de alta qualidade.

RESTAURANTES E BARES

Restaurantes e bares são recursos de qualquer rua, também da Meent. A cidade tem um papel importante aqui. O "Plano da Restauração" da prefeitura estabelece as diretrizes para a mistura e qualidade dos restaurantes e bares. Cuidar dessa mistura talvez seja o maior desafio para os anos que vêm. O equilíbrio adequado traz qualidade, enquanto o equilíbrio equivocado é problemático.

CONTINUAR ENVOLVENDO AS PESSOAS

A Meent consiste de todas as oportunidades para manter-se bem-sucedida. As condições básicas da rua são boas; a função da rua como conexão Leste-Oeste mais importante no centro da cidade e o *design* dos prédios e da própria rua são apreciados.

Porém, mais importante ainda é que se desenvolveu uma cultura de manter qualidade. Robin von Weiler, junto com a sua coalisão de locatórios, a prefeitura e os proprietários, deu o beijo na bela adormecida.

Envolvimento traz qualidade. Proprietários de prédios que não se preocupam com os entornos estão em risco. Mas eles não podem ser forçados. "Se quiser melhorar a área, é você mesmo que tem que trabalhar para isso", diz o Von Weiler. Locatários e profissionais que querem fazer a diferença e que buscam qualidade podem ajudar. Quando necessário, eles são escolhidos a dedo e chamados a participar. Para evitar que locatórios reclamem por não serem convidados a participar, é importante sempre providenciar muita informação. Desse modo, as pessoas não podem reclamar de falta de comunicação e ajudarão a melhorá-la.

Os detalhes são importantes: 30 centímetros a mais ou a menos de calçada ou a altura do degrau da porta podem ser vitais para o sucesso da rua e do prédio. Von Weiler olha para esses detalhes, e assume compromissos com a coalisão. Pelo fato de que visam a busca sincera pela qualidade, num contexto financial realístico, as pessoas querem ajudar.

O valor acrescentado desse desenvolvimento para a cidade é enorme. Porém, para continuar a acrescentar valor, é preciso atenção permanecente. O tempo todo, uma rua tem novos desafios. Indivíduos envolvidos e dedicados, como Robin von Weiler, fazem a diferença.

USO MISTO FAZ DINHEIRO EM ZONAS DE ESCRITÓRIOS

Jeroen Jansen e Eri Mitsostergiou, pesquisadores e planejadores urbanos

O VALOR DE LOCAIS DE ESCRITÓRIOS DE USO MISTO

Em 2010, nosso grupo de pesquisadores examinou todas as quatro maiores áreas de escritórios da Holanda. Os resultados mostraram que a desocupação nas áreas de uso misto (11,1%) é consideravelmente mais baixa que nos locais de locação em que o uso é único (20,7%). Nós ainda analisamos os diferentes segmentos de mercado e edifícios em Amsterdã com mais desocupação e identificamos quatro fatores que mais se relacionam com as taxas de desocupação. Mesmo que a distância à principal estação de trem, a distância até o centro e a segurança percebida nas áreas tenham sido importantes, o uso misto acabou sendo o fator decisivo número um. Criar um espaço público animado adicionando varejo, restaurantes, bares e outras funções para os *plinths* dos prédios de escritórios parece ser um bom negócio.

O CASO DE KING'S CROSS EM LONDRES

Drogas, prostituição e decadência urbana eram algo comum na King's Cross de Londres nos anos 1990. Ninguém realmente queria trabalhar e viver próximo à área, ou mesmo caminhar por ela, e a sensação terrível que o local transmitia fazia com que fosse difícil imaginar alguma forma de mudar isso. Embora os planos iniciais para recuperação da área tenham esmorecido completamente, foi a decisão de 1996 de ligar Waterloo a St. Pancras através do túnel ferroviário pelo Canal da Mancha que se tornou o catalizador para a mudança. Os proprietários decidiram regenerar o local e, em 2001, Argent foi selecionado como o parceiro de desenvolvimento.

Imagem aérea do local

Granary Square com a University of Arts no edifício histórico

Em todas as fases do projeto, o empreendedor trabalhou próximo das autoridades formais, mas também com os grupos comunitários locais, através do Forum de Desenvolvimento de King's Cross. Desde o início, a intenção foi criar uma parte de Londres altamente densa onde as pessoas pudessem viver e trabalhar. O programa chega a 750.000 metros quadrados, dos quais os escritórios atingem 56%, inclui 22 edifícios de escritórios, 17 para residências, 45.000m2 de espaço comercial de varejo, um hotel e a University of the Arts London.

Em 2011, as primeiras partes foram abertas ao público, entre elas a universidade, no Granary Complex. Desde então, restaurantes foram abertos, escolas se estabeleceram e os primeiros residentes e inquilinos de escritórios se mudaram para lá. O Granary Square se tornou um destino popular e passou a receber frequentemente festivais e eventos, enquanto que a implantação do terminal Eurostar e a recuperação das estações de St. Pancras e King's Cross contribuíram significativamente para a transformação da área.

King's Cross nunca foi apreciada como local para negócios; os aluguéis mais altos ficavam em torno de 250 Euros por m2 por ano. Hoje em dia, são praticados aluguéis acima de 800 Euros por m2 por ano. Entre os locatários comerciais se incluem marcas *top* como Google, Louis Vuitton, BNP Paribas Real State, Camden Council e Vista Print. O fato de que essas companhias *top* queiram lá se localizar demonstra o valor de localizações de escritórios de uso misto.

RISCOS PERCEBIDOS PELOS EMPREENDEDORES E INVESTIDORES

Enquanto combinar diferentes usos em uma área não coloca, obrigatoriamente, desafios para empreendedores e investidores, juntar diferentes funções em *um edifício,* sim, adiciona elementos de complexidade e risco. Empreendedores e investidores sentem que misturar usos em um edifício torna seu trabalho mais difícil e leva a uma queda em seu investimento.

Os riscos primários percebidos para o uso misto em um único edifício incluem:

– uso misto contamina a imagem/marca
– envolve gerenciamento mais intenso (acessos diferentes, utilidades partilhadas, requisitos de segurança)
– contribui para inconveniências (barulho, lixo, mau cheiro)
– leva a dificuldades para locação se não for em uma área de varejo de alta classe estabelecida
– exige expertise em *design*/gerenciamento/sistemas de locação
– menos investidores procuram edifícios de uso misto – mais difícil de vender
– as estruturas podem restringir opções de reestruturação

Embora o número de riscos percebidos esteja relacionado ao desenvolvimento de edifícios de uso misto, o número de exemplos de áreas de uso misto bem-sucedidas e com bom funcionamento (em comparação com áreas de uso único) está aumentando. Essa tendência indica que o resultado pode compensar o "risco" adicional.

ELEMENTOS DE SUCESSO PARA ÁREAS DE ESCRITÓRIOS DE USO MISTO

Projetos bem-sucedidos têm os seguintes elementos em comum: estão localizados no tecido urbano existente, são desenvolvimentos em áreas anteriormente industriais, têm esquemas de uso misto e oferecem excelente transporte público. Em uma área verdadeiramente mista, residências devem ser incluídas; somente então há potencial para um lugar ativo 24h por dia, trabalho e lazer acontecendo todos juntos.

Unidades de varejo na Two Pancras Square

Londres pode ser um caso particular, em que o dinheiro e as pessoas transbordam como em nenhuma outra cidade da Europa. Mas esse é apenas um entre muitos novos esquemas de desenvolvimento no oeste europeu. Similar ao South Axis de Amsterdã e ao King's Cross de Londres, numerosos outros desenvolvimentos para uso misto estão a caminho. Por exemplo, o Europa Viertel em Frankfurt, o Paddington (Sheldon Square) em Londres, o HafenCity em Hamburgo e o Hellnikon (aeroporto Old Athens) remodelado em Atenas. Uma vez que esses são projetos de longo prazo, seu sucesso pode ser desafiado pelo tempo e pelos ciclos do mercado, embora Canary Wharf (Londres) e Potzdamerplatz (Berlim) tenham mostrado o contrário.

UMA LOCALIZAÇÃO DE ESCRITÓRIOS DE USO MISTO COMO UM "BENEFÍCIO COLATERAL"

Empresas localizadas em edifícios de escritórios que oferecem um espaço público vibrante, com varejo, restaurantes, bares e outras utilidades no *plinth*, mais função residencial e de hospedagem e proximidade do transporte público, são simplesmente adequados aos interesses de seus empregados. Estar localizada em um *hotspot* é, portanto, uma forma de contratar e reter pessoal, e pode, portanto, ser considerado um dos mais importantes "benefícios colaterais" para os empregados.

Criar ambientes de uso misto não é somente um favor a quem trabalha, mas também para a própria cidade. Foi a mistura orgânica e a densidade das cidades que produziram áreas vibrantes e atrativas em nossas cidades durante séculos. Somente faz sentido continuar a oferecer ambientes onde as pessoas possam trabalhar, viver e aproveitar seu tempo livre. Junto com pessoas, empresas e empregados, também vem valor comercial.

ESPAÇOS MARGINAIS NO LA DÉFENSE

Alessandra Cianchetta, arquiteta

La Défense e o centro da cidade de Paris parecem ser polos opostos em termos do tecido e do desenho urbano. O que você acha da relação entre La Défense e o centro da cidade?
La Défense é uma extensão de um eixo muito importante, histórico em Paris, que vai para o oeste do Louvre. Depois da Segunda Guerra Mundial, e especialmente durante os anos 1950, Paris não podia mais acomodar negócios suficientemente e o Estado Francês queria mostrar uma imagem de modernidade de muito aço e vidro, e uma separação intensa de fluxos, modos e usos. La Défense é um monumento a essa ideia – que isso era o distrito de negócios e mais nada. Considerando esse alto grau de especialização, ainda é um lugar relativamente vivo, alternando períodos movimentados e períodos calmos. E nos fins de semana, é uma destinação para uma população diferente que não quer ir para a Paris central.

Com essa história, de onde vem o interesse repentino em redesenhar a área inteira?
O primeiro Plano Geral é de 1964 e, desde então, a área foi objeto de vários estudos, produzindo um grande número de dados, mas não houve uma estratégia global para a área. A qualidade do espaço público é datada, obsoleta – faz sentir-se como em um filme de Jaques Tati dos anos 1950, em que a modernidade era um escape. Mas não se trata somente de desenho. A questão é que essa ideia de especialização e separação extrema de atividades não funciona e não é mais desejável. Os imóveis estão se tornando economicamente menos atrativos e há um risco sério de muitos

prédios ficarem vazios. A gestão quer competir numa escala maior. Trata-se de fazer o lugar mais convidativo e superar os usos monotemáticos da área.

Pode nos contar sobre os *stakeholders* principais nesse projeto? Quais são os seus papéis?

Os *stakeholders* principais são dois dos nossos clientes, Defacto, uma instituição pública que gerencia os espaços públicos e os espaços de subsolos no La Défense, e Epadesa, uma instituição pública que na verdade constrói espaços públicos e edificações. Há uma história bastante longa com elas, e alguma ambiguidade em relação às suas interações (por exemplo, sobreposição de papéis). Obviamente, as empresas, os trabalhadores, *CEO's*, e administração também têm um papel. Não podemos prejudicar os 20.000 moradores na área. Apesar de não serem muitos, ainda são atores significativos. Os políticos locais também têm um papel chave. Esse projeto tem um *status* específico, especial, e por esta razão é politicamente sensível.

La Défense Central Axis

Central Axis Design Proposal

Com o Plano Geral que a sua equipe está propondo, que questão pretende enfrentar primeiramente?
O termo *masterplan* não tem muito apelo, porque sugere algo rígido. Neste momento, precisamos de algo diferente no urbanismo, algo que funcione mais como um instrumento ou quadro, algo que pode evoluir e se adaptar a mudanças durante o tempo. O nosso objetivo é criar um instrumento que pode evoluir e abranger novas mudanças e projetos, de tal modo que não se torne obsoleto em alguns anos. Genericamente falando, planejar uma estratégia para todos os espaços públicos da área inteira de 160 hectares, incluindo 30 hectares de laje, e ainda definindo o que é visível acima do solo e o que é invisível, no subsolo, é uma tarefa muito complexa.

Um aspecto predominante e único de La Défense é essa "laje". Como se pode fazer com que 30 hectares de concreto se tornem charmosos?
Começamos o nosso estudo olhando o espaço acima do solo, quer dizer acima da laje. É verdade, andar na laje como está não é uma experiência fantástica. Está tão desordenado, com detalhes insignificantes e as árvores são ridiculamente pequenas (ainda que seja bastante impossível plantar árvores grandes na laje). A ideia é integrar novas atividades e diversificar o espaço. Desenvolver uma nova identidade noturna é importante também. Porém, a laje é como um telhado de um prédio grande, então o que acontece abaixo é importante também. Tem seis andares abaixo e é um labirinto de galerias subutilizadas e lúgubres, estações de trens e salas. No total, em cima e abaixo, encontram-se 100.000m^2 de espaço marginal.

Como o projeto propõe usar esses 100.000m2?
Esse espaço ”marginal” ou “isolado” – que se encontra dentro e entre os prédios, mas também na esfera pública – precisa ser revelado e recuperado. Se a gestão quer atrair um outro tipo de população, esse espaço deve ser abordado para intensificar o uso do lugar. O nosso projeto identificou esses espaços e sugeriu a introdução de novos tipos de programação e funções. Apenas comércio de varejo não é a resposta. Talvez o setor criativo participe, como galerias ou com um *Fab Lab*. Sugerimos também incentivos para novas ideias e conceitos, como por exemplo, preços de aluguel reduzidos. A esfera púbica precisa de atenção também. Não se trata somente de verde e paisagem, mas do ambiente e atividades apresentados ao usuário. Queremos criar um espaço em que se sinta segurança, confortável, vivo e sempre acomodando as necessidades dos seus usuários.

Estacionamento, existente e proposta de projeto

Parece que um fator que falta são as pessoas. Não há muitos habitantes e, além dos turistas, de onde virão as pessoas?
Além da área de La Défense, a parte de trás, abaixo do Grande Arche – que estamos desenhando também – está passando por uma transformação completa também. É um projeto de *urban couture,* conectando La Défense e seus entornos com o centro da cidade. Nos próximos anos, esse lugar será completamente reativado com uma universidade, hotel, habitação para estudantes, prédios para educação e uma variedade de funções. Não acontecerá de um dia para outro; leva tempo.

O projeto resultará em mudanças físicas dos prédios?
Uma visão consistente é o desafio; algo que não é oportunista e que se preocupa com as condições presentes. Ao mesmo tempo, a visão deve considerar ações de médio e longo prazo e trazer sugestões únicas. Um dos princípios do projeto é a conexão de La Défense com os seus entornos. Isso requer a perfuração da laje e remover esse senso de isolamento. Uma maneira de fazer isso é tirar proveito dos espaços isolados ou marginais.

A Defacto já lançou aproximadamente 40 projetos diferentes para o lugar, a maioria é centrada nesses espaços marginais. Mudar esses espaços reconectará La Défense com a escala humana, a cidade ao nível dos olhos. Por exemplo, as entradas podem ser mais acolhedoras com acréscimo de iluminação. Ou ao longo da calçada, em alguns pontos, o pedestre passa ao lado de um muro grande. Se fosse aberto, isso poderia se tornar algo completamente diferente. Poderia ser uma grande experiência.

A NECESSIDADE DE SER DIFERENTE

uma entrevista com Tony Wijntuin, consultor

Antes de começar com WYNE o que você fazia por Schiphol?
Eu estive em Schiphol por 11 anos, primeiro nos setores de bagagens e serviços aos passageiros e depois no setor comercial. Quando fui transferido para o comercial, minha principal tarefa – para falar francamente - foi ampliar os lucros e alavancar possibilidades para os logistas, de alimentação e bebidas, e prestadores de serviço (como bancos). Eu trouxe comigo os meus interesses e habilidades sobre os fluxos e padrões dos passageiros, bem como os perfis de passageiros.

Qual foi a sua visão para Schiphol?
Schiphol, na época, estava perdendo o rumo como um dos aeroportos mais inovadores do mundo e, como eu disse, eu fui trazido “a bordo” para aumentar as receitas. Eu pensei que, se nós focássemos exclusivamente no dinheiro -Euros - a melhor coisa a fazer seria renegociar os contratos. Mas isso é uma solução apressada. Não é sustentável a longo prazo. E quanto à qualidade? Eu queria saber como nós atuaríamos sobre os níveis de qualidade. Através de coleta de dados, descobrimos que, apesar de estarmos aumentando o espaço de varejo para alimentos e bebidas, o retorno e as receitas foram relativamente diminuindo. Ao mesmo tempo, a satisfação do cliente também foi diminuindo gradualmente, especialmente com alimentação e bebida. O elo que faltava era qualidade e isso foi fácil de transmitir aos meus superiores e muito fácil de mudar.

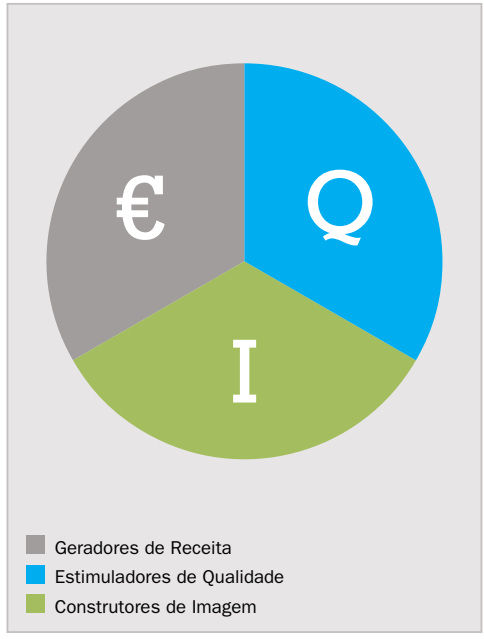
A parte mais difícil foi a que veio a seguir: se a receita está no lugar e a qualidade está no lugar, como é que nós ainda poderíamos nos comparar com outros grandes aeroportos? A resposta a isso foi a imagem. Precisávamos de construtores de imagem. Essa abordagem faz sentido. A imagem é a parte da equação que leva em conta a experiência do usuário. E a ideia por trás de um portfólio bem equilibrado é criar valor agregado, o que pode ser medido em termos de receitas, qualidade e imagem.

Quanto pode ser obtido através da adição de imagem?
É muito difícil medir imagem ou o retorno do investimento de um construtor de imagem. No início, tentamos calcular isso em Schiphol, mas era uma causa perdida. Através da construção de identidade, a ideia é tornar-se mais atraente e atrair usuários. Construtores de imagem contribuem para as receitas, tanto quanto a qualidade o faz. Se você quiser ser bem-sucedido, é preciso mais do que geradores de receita para construir um portfólio sólido e viável - é preciso imagem e qualidade.

Uma coisa que fizemos em Schiphol, por exemplo, foi criar uma sala de cuidados com o bebê que não gerou qualquer receita, mas contribuiu significativamente para a exposição do aeroporto. Schiphol também inaugurou recentemente o parque do aeroporto. Foi difícil convencer a alta administração da importância desses construtores de imagem, mas isso se resumiu a: como poderíamos criar um portfólio que atendesse as demandas dos clientes. Precisávamos ser diferentes dos outros. E isso era diferente.

Como construtores de imagem e seu Portfolio Value Model® impactam os *plinths*?
O trabalho da WYNE Strategy & Innovation, a empresa de consultoria que eu criei depois que saí de Schiphol, concentra-se no que está dentro do *plinth*. O espaço público não apenas pode aumentar a qualidade e a percepção do *plinth*, mas também os usos dentro do *plinth*, seja varejo, alimentação ou bebida, ou espaço de vida.

Usando a abordagem da construção de imagem, a ideia é criar valor agregado. Se você olhar para a minha abordagem, eu sempre começo com os (às vezes latentes) desejos e necessidades dos clientes. Por um lado, o cliente quer varejo conveniente e funcional. Eles querem a sua mercearia e um lugar para comprar suas necessidades diárias. Por outro lado, os clientes também querem ser surpreendidos. Eles querem experienciar algo.



This
I Love You
This
WELCOME
Home
aanbieding
Boeket
in las
€ 13,50

Como podemos traduzir esta abordagem para o nível da comunidade?
As ruas comerciais são muito diferentes de locais como Schiphol, principalmente porque lugares como este têm apenas um proprietário, enquanto ruas comerciais têm vários proprietários com suas próprias lojas individuais. As pessoas estão cada vez mais conscientes da necessidade de trazer proposições incomuns adicionais para criar um ambiente atraente, único. No final, ele deve ser uma mistura de usos que contribuem para a receita, qualidade e imagem. Construtores de imagem são os heróis locais. Heróis locais desempenham um papel significativo - lojas *mom and pop*, lojas familiares, independentes, criativos locais, *start-ups* típicas. Por que não ter uma boa mercearia pequena e uma loja de alta moda na mesma rua? Esse tipo de loja não vai trazer muito dinheiro, mas criar identidade específica. Grandes cadeias podem desempenhar um bom papel "precisa estar lá", mas as pequenas lojas e espaços é que são os verdadeiros construtores de imagem. Pois, já que ruas comerciais em desenvolvimento/em evolução muitas vezes começaram como "áreas sem futuro" e, com o tempo, amadureceram para atraentes ruas de ambientes de *permanecer-comprar-comer* se tornando mais atraentes para os proprietários de imóveis, grandes varejistas e investidores, é preciso estar cuidadoso com os novos operadores na rua. Claro que você pode trazer um varejista de alto movimento para fazer dinheiro, mas, no caso, use um esquema que leve parte da receita desse local para facilitar uma loja conceitual em escala menor. Isso aumenta o nível de qualidade do seu espaço.

Como você faz essa abordagem?
Primeiro nós usamos os dados de pesquisas sobre a experiência dos usuários, e depois experimentamos; é tentativa e erro. Você precisa de uma equipe criativa que pense conceitualmente. Você precisa também de sua própria experiência, e criar parcerias e coalisões. É uma abordagem viável e mais sustentável do que somente ir atrás de métodos de aumentar receita. Mas é preciso uma espinha dorsal forte para manter o conceito e a identidade originais.

E agora, qual o próximo passo?
Nós não estamos vendo essa abordagem somente em ruas comerciais, aeroportos e estações de trem – nós a vemos nas nossas vidas diárias. Como espaços públicos e colaterais agregam valor às nossas vidas? Não é necessário basear-se em dinheiro. Com a situação econômica, nós temos que propor novos modelos de negócios e este é um deles: função e emoção agregando valor.

ENTRE AS DEMANDAS ECONÔMICAS E SOCIAIS

Petra Rutten, diretora de desenvolvimento social

GRANDE E PEQUENO

O redesenvolvimento de centros de cidades é um desafio. As áreas urbanas são complexas, e trabalhar com um contexto urbano existente com muitas partes interessadas e grupos-alvo variados é uma tarefa difícil. Planos (felizmente) não são mais desenrolados como um *blue-print*, um plano rigidamente fixado e para longo prazo, mas crescem mais organicamente como uma rede, permitindo inovações e a oportunidade de se tornar parte da solução. Isto não apenas exige outras formas de cooperação, mas também uma atitude diferente de todas as partes, tanto públicas como privadas. O iniciador ou o produtor tem um papel poderoso: um compromisso de longo prazo para combinar e manter o conceito e também manter juntas todas as partes interessadas, grandes e pequenas, formais e informais.

AS EXIGÊNCIAS DOS CLIENTES

O objetivo é criar ambientes exclusivos, atraentes e duradouros num contexto de mudança. As mudanças estruturais estão ocorrendo: tecnológicas, demográficas, econômicas e culturais. Todas são expressas de diferentes formas com variações regionais. Como resultado, as demandas dos clientes são diferenciadas, menos previsíveis e expressas de forma mais assertiva. Inovar é uma necessidade para atender às demandas em mudança e, melhor ainda, para superar as expectativas. Os clientes estão mudando o que eles querem comprar, as pessoas estão

mais diversas, e a forma como as pessoas integram trabalhar, viver, se alimentar cria novas demandas. A infraestrutura da cidade, o espaço público, instalações e atividades sociais e comerciais precisam se antecipar a essas demandas.

ENVOLVIMENTO

O maior equívoco é o de que o envolvimento de longo prazo em áreas de redesenvolvimento não é compensador. A realidade é que, a fim de criar valor, o foco a longo prazo é necessário, e envolvimento é indispensável. E programa, ao lado de qualidade e de *design*, cria valor. Se as partes interessadas da cidade gerenciarem o desenvolvimento baseado em quantidade e produção (de habitação), perderemos a capacidade de gerenciar a qualidade. Um elevado nível de oferta é a morte da diferenciação, das oportunidades e do crescimento. A melhor foco é a diversidade, densidade de programa e atividades, mas não podemos depender apenas de comércio no andar térreo e de varejo. Programação e atividades culturais são grandes bens, também, especialmente quando se começa com uso temporário, se desenvolvendo para permanente. Para conseguir isso, os moradores e empresários locais devem ser envolvidos em um nível mais profundo. Para alcançar revitalização de alta qualidade, programação informal é uma chave. As ideias locais devem ser vistas como uma forma de intercomunicar-se e estabelecer redes de interação, fazer planos flexíveis para novas ideias.

Uso temporário: O programa de bacharelado em Artes de Circo ao Codarts, na Fenixloods, Katendrecht Roterdã

Fenix Food Factory, Katendrecht Roterdã

Fenix Food Factory, Katendrecht Roterdã

Roterdã, Holanda, é uma grande cidade portuária com bastante espaço por um bom valor. Grupos-alvo interessantes tiram partido desse trunfo para desbravar novas ideias e atividades pioneiras. Se esta oportunidade fosse bem utilizada no planejamento, *design* e estratégia, Roterdã poderia manter uma posição distinta na Holanda. Imagine que o espaço e o bom valor se tornem uma economia por si só. A imagem bastante problemática de Roterdã, na verdade, lhe dá uma vantagem sobre cidades concorrentes suas.

BUSINESS CASE

A chave para um bom *business case* é satisfazer uma necessidade. Apropriado para o local, autônomo e autêntico para o ambiente. Função e programa devem ser testados e projetados pelas leis do *genius loci*: o espírito do local. Se não, é uma falha e não há nada mais perturbador do que uma área urbana que tenha falhado.

Um bom exemplo é o destino e o programa temporário do FenixFoodFactory *(Fábrica de Comida)* no armazém Fenix do porto na península de Roterdã, Katendrecht. A FenixFoodFactory criou um destino e proporcionou uma ligação de uma extremidade a outra do porto. A ponte Rijnhaven fez o cais acessível e perceptível: um ponto perfeito para ver e ser visto. O interior rústico não necessitou qualquer ajuste. Basta um plano básico e comodidades básicas para uma diversidade de empresários com produtos locais, bastante espaço para ficar de pé, sentar e brincar. Tudo o que se precisava era de uma boa entrada e de uma boa saída, e por último, mas não menos importante, um aluguel muito atraente, baixo o suficiente para dar à empresa uma oportunidade justa para ser sustentável, e alto o suficiente para atrair (semi) profissionais. O retorno sobre o investimento para os empresários, se forem bem-sucedidos, é um lugar no destino final, se quiserem. O lucro real é para as pessoas e a cidade.
A chave para fazer um bom *business case* é a interseção entre as exigências econômicas e as sociais. Melhorar áreas é difícil e demorado, e um modelo de ganho bom nem sempre está ao alcance. Tornar a área um destino com uma identidade; dar às pessoas uma razão para viver em uma comunidade e ser parte dela. Oferecer programação interessante e diversificada, tempo e uso temporário para demonstrar a sustentabilidade e aumento de valor.

Quando os parceiros públicos e privados, formais e informais, *designers* e o programa “se encontram” e compartilham o poder, isso significa que eles também compartilham o sucesso. E, no final, pode significar também compartilhar o lucro com a cidade.

ESTAÇÕES FERROVIÁRIAS COMO DESTINOS

ESTUDO DE CASO ESTAÇÃO ST. PANCRAS

Londres, Inglaterra

ENTREVISTA COM
Ben Ruse, *diretor HS1*

"Queríamos que as pessoas se apaixonassem por esta estação. Então nos perguntamos: se fizermos com que a estação fique suficientemente atraente, podemos realizar um destino em si mesmo? E a resposta foi: Sim".

FATO 1
7 segundos de atraso médio dos trens

FATO 2
£800 milhões de custos do projeto

FATO 3
1 milhão de passageiros por semana

LINHA DO TEMPO

1996 HighSpeed1 (HS1) se apropria da Estação Internacional St. Pancras

1998 Estabelecimento da equipe de Modernização. Visitas de estudo às maiores estações de trânsito globais, inclusive Madrid, Lisboa, New York e Schiphol Airport

2001 Projetos de arquitetura e engenharia desenhados e aprovados.
-– negociações com Heritage First (Patrimônio Primeiro) sobre as técnicas de preservação e os acordos de varejo no nível térreo.
– as renovações começam

2003 Os primeiros varejistas assinam os contratos de locação

2007 Finalização da renovação. 60 dos 64 espaços de varejo no andar térreo ocupados

2010 Finalização da renovação histórica do Hotel St. Pancras

CONTEXTO

Nos anos 1970 e 1980, o sistema ferroviário britânico experimentou um período de constante declínio. A Estação St. Pancras, que outrora havia tido grandeza, se encontrava em má condição, suja e atraía crime e uso de drogas. Os anos 1990 trouxeram a discussão sobre renovação e modernização da edificação histórica de alto nível e sobre a renovação do bairro em torno dela, onde moram principalmente pessoas da classe média e baixa.

PROBLEMA

A questão principal era como manter o prédio e a sua função como grande polo de transporte, e fazer com que ela se tornasse um destino em si mesma. A preservação da integridade arquitetônica foi uma prioridade principal, porém poucos queriam investir pensando em um uso comercial para o prédio. Parecia quase impossível a criação de um distrito comercial dentro do prédio, já que se precisava de bastante espaço para áreas relacionadas aos passageiros, como por exemplo, para a alfândega internacional, *lounges*, segurança e informação sobre passagens, especialmente devido à magnitude da cliente Eurostar.

SOLUÇÃO

Com a abertura das áreas históricas de armazenamento nos andares térreos, onde anteriormente guardava-se a cerveja, grãos e matérias primas, luz e ar foram permitidos nesse andar, proporcionando uma oportunidade de ali posicionar o varejo e fazer com que o andar térreo se tornasse produtivo. Entradas para a estação foram colocadas em todos os lados, convidando o público para o espaço. Os gerentes se centraram em trazer lojas de especialidades e bares para o andar térreo, ao invés de cadeias de *fast-food* ou outras lojas de cadeias que se encontram em toda a Londres.

SEGREDO

A cooperação da comunidade. Ser um bom vizinho foi uma prioridade rígida para HS1, o proprietário da Estação St. Pancras, durante o processo de construção e que continua até hoje. Adquiriram janelas de vidros duplos e depuradores de ar para todos os residentes no redor, em razão do barulho e do pó causados pelo processo de restauração. Hoje, HS1 patrocina vários eventos dentro e fora da estação, e é ativa na comunidade.

LIÇÕES

Buscar inspiração. A equipe de restauração viajou por toda a Europa para procurar as boas práticas de transporte de passageiros. O Aeroporto Schiphol (Amsterdã) se revelou o exemplo principal. O projeto do andar térreo de Schiphol, as suas excelentes técnicas de fazer com que as pessoas achem os seus caminhos e a escala de pedestres se destacaram para a equipe de St. Pancras.
Criar uma visão compartilhada. A parceria entre English Heritage, Patrimônio Inglês (preservação), HS1, e London Continental Railways começou com uma estratégia de

Upstairs at
The Rendezvous
The Champagne Bar
StP

visão que os uniu e fez com que cada um contribuísse com o objetivo do grupo. **Ambicionar alto**. Juntos, os parceiros colocaram uma nova altura para a vara para um polo de viagens. Eles foram muito ambiciosos ao ir atrás da Eurostar como cliente. Sem medo, correram riscos com as novas marcas e lojas de especialidades, que não são comuns em estações.

IMPACTO

Funciona! Com uma parceria efetiva, missão compartilhada e participação ativa na comunidade, St. Pancras se tornou um lugar para passear, relaxar e observar outras pessoas. Os detalhes arquitetônicos da estação foram maravilhosamente preservados e acentuados na escala humana – ao nível dos olhos. Comparado com outras estações e a situação pré-restauração, o comportamento anti-social, como crime violento e grafite, não é mais um assunto. St. Pancras continua sendo também um destino, mesmo para não viajantes; aproximadamente 25 % dos visitantes vão à estação sem motivos de transporte.

FAZER

– Escrever uma declaração da visão
– Buscar inspiração internacional
– Correr riscos calculados

CONCLUSÃO

A Estação Internacional St. Pancras representa um exemplo inspirador para um polo de transporte público que incorpora uma estratégia única para melhorar o espaço ao nível dos olhos. A equipe de restauração estabeleceu uma visão compartilhada e criou um destino com sucesso, restabelecendo o prédio como um marco urbano, polo de transporte nacional e um bem da comunidade. Hoje, a estação, que foi projetada maravilhosamente e preservada historicamente, é um lugar ativo de encontros.

CRIAÇÃO DE HABITABILIDADE

ESTUDO DE CASO HAFENCITY

Hamburgo, Alemanha

ENTREVISTA COM

Tanja Karg, *desenvolvimento da utilização comercial e coordenação, HafenCity Hamburgo GmbH*

"Nós damos muita atenção aos nossos plinths em HafenCity. Estratégias suaves são a chave do sucesso, tais como networking, informação e comunicação com e entre todas as partes envolvidas. Regulamentos fixos para propriedade também desempenham um papel fundamental para todo o desenvolvimento."

FATO 1

746 novos lares

FATO 2

2.700 novos empregos

FATO 3

6.500 m2 de espaço comercial no térreo

LINHA DO TEMPO

1997 O parlamento de Hamburgo aprova o projeto HafenCity
2000 *Masterplan* aprovado a adotado pelo Senado de Hamburgo
2001 As construções iniciam
2003 Primeiro edifício concluído (SAP) – Começo da construção do Dalmannkai/Sandtorkai
2007 Apresentação do HafenCity Ecolabel – Começo da construção do Überseequartier norte
2008 HafenCity se torna um distrito individual da cidade
2009 Completado o primeiro bairro, Am Sandtorkai / Dalmannkai
2010 Revisão do *Masterplan* para o HafenCity leste completada

CONTEXTO

Hamburgo, a segunda maior cidade da Alemanha e localizada na parte mais setentrional do país, é o lar de 1,8 milhão de habitantes. Situada no rio Elba, Hamburgo se beneficia de seu grande porto e é uma das cidades mais ricas da Europa. Uma porção de terra do porto, localizada no coração de Hamburgo, foi consolidada e deixada vaga por décadas. Em 1997, a cidade designou este sítio de 157 hectares (388 acres) como HafenCity e começou o complexo processo de planejamento da criação de uma nova cidade. Devido à sua localização privilegiada, central em Hamburgo, HafenCity é um polo ideal para uso residencial, comercial, cultural e de negócios. O Am Sandtorkai / Dalmannkai foi o primeiro bairro concluído em HafenCity (2009) e o restante vai ser finalizado em 2025.

DESAFIO

A HafenCity Hamburg GmbH, uma filial 100% da Cidade Livre e Hanseática de Hamburgo, está desenvolvendo o HafenCity a mando de Hamburgo. Essa entidade é responsável pela administração do "fundo especial da cidade e do porto" ao abrigo da legislação pública. As vendas de terra em HafenCity, em sua maioria de propriedade da cidade de Hamburgo, financiam a maior parte da infraestrutura pública que a HafenCity Hamburg GmbH constrói. Além das responsabilidades sobre planejamento, construção e financiamento, a HafenCity GmbH produz um novo centro e tenciona criar uma comunidade ativa com sucesso de uso comercial e de negócios, bem como instalações residenciais e de lazer. Além desse objetivo, a cidade deve ser sustentável, bem desenhada, e o mais importante, de grão fino e vivo no nível térreo, além do horário de expediente e durante o ano todo.

SOLUÇÃO

A HafenCity Hamburg GmbH criou um sistema *one-of-a-kind* para garantir o sucesso. Desde muito cedo, a HafenCity definiu o desenvolvimento do nível térreo como uma grande prioridade. Com isto em mente, a GmbH estabeleceu uma estratégia única para comprar e desenvolver a terra. Para cada parcela, a GmbH produz um conjunto de critérios que expressa as exigências específicas para o local, particularmente relacionadas também com o nível térreo - o uso da terra, o desenho, etc. Por exemplo, pés-direitos de 5m (16 pés) são necessários nos andares térreos não apenas para acomodar os varejistas, mas também restaurantes, áreas de exposição, museus, teatros, cinemas, escolas e universidades, ou outras empresas. Além disso, o preço para o espaço do térreo é reduzido para atrair novos usos e experimentar. Finalmente, os investidores são obrigados a buscar usuários correspondentes para se certificar de que a mistura de usos traga clientes e visitantes para fluir através do HafenCity sete dias por semana e durante o ano inteiro.

SEGREDOS

Criar um conceito completo. O conjunto de requisitos que a GmbH produz para cada lote disponível não contém apenas exigências detalhadas que os investidores

devem cumprir, a fim de adquirir o lote. Cada conjunto varia de lote para lote e inclui exigências para uso da terra especificamente relacionadas com o andar térreo, com o objetivo de proporcionar novas ideias e inspiração aos investidores. Em conjunto, os requisitos criam um conceito rés-do-chão inteiro.

Ver o objetivo comum como "identidade e urbanidade". A GmbH infundiu uma mistura de usos de terra sólida de grão fino em cada bairro, garantindo alta frequência de atividade no andar térreo. Em seguida, eles fundaram um conjunto de associações formadas por moradores da comunidade e comerciantes para manter as linhas de comunicação abertas, honestas e funcionando bem. Eles realizaram reuniões regulares da comunidade para garantir a disseminação da informação e para identificar os problemas e encontrar soluções.

Fornecer informações, inspirar e desafiar. Uma parte fundamental do processo é fornecer informações sobre a evolução do bairro e sobre a assistência técnica às partes interessadas de HafenCity. A GmbH também promove mesas-redondas para os investidores e arquitetos de lotes adjacentes se reunir, inspirar e desafiar a fazer o melhor de cada andar térreo. Para integrar os recém-chegados e *start ups* especialmente nos andares térreos, a GmbH lançou e continua a apoiar as redes sociais na forma de clubes ou associações. Dois funcionários tratam das relações sociais com os moradores e com os comerciantes para os inquilinos do térreo.

LIÇÕES

Defina objetivos. Os requisitos para cada lote ajudaram a GmbH a manter certas metas e objetivos para o uso da terra, desenho e sustentabilidade da esfera pública do andar térreo. Eles exigiram que os investidores cumprissem esses objetivos e colocaram a vara bem alta. Mas o sistema é flexível, muito mais flexível que um plano de desenvolvimento fixo de longo prazo, e o mercado pode reagir com ideias inovadoras.

Pense fora da caixa. A GmbH forçou os investidores a pensar na utilização do andar térreo; até mesmo os investidores com foco residencial devem pensar sobre o andar térreo desde o início. O processo de aprendizagem, tanto para a GmbH como para os investidores, foi desafiador e demorado, mas ao final obteve sucesso.

Monte uma rede. Associações comunitárias, mesas-redondas para os investidores e incorporadores, e reuniões públicas ajudaram a criar redes, evitar potenciais problemas e tornaram mais fácil resolvê-los. Por exemplo, para criar soluções não convencionais para lidar com o trabalho de construção em andamento, que aborrecia os inquilinos do andar térreo, o grupo criou uma pequena vila de unidades temporárias (tendas) em outra parte do bairro, longe do pó de construção e do barulho.

IMPACTO

Tanja Nagelsmeier, da HafenCity Hamburg GmbH, explicou que eles aprenderam muito com o primeiro bairro do HafenCity e transferiram o conhecimento para os quarteirões seguintes. Integrar equipamentos públicos em andares térreos em grande escala foi um grande sucesso. As condições arquitetônicas em contratos de venda e os planos de zoneamento, o preço reduzido para o espaço do térreo e forçar investidores a procurar os usuários correspondentes lançaram as bases para uma vitalidade crescente. O bairro tem uma boa mistura de usos residenciais e comerciais, e a rede entre comerciantes e moradores também continua forte. Questões relativas ao desenho do andar térreo, à acessibilidade, à configuração dos espaços públicos e aos sistemas de orientação para os clientes foram exaustivamente discutidas, alteradas e feitas ainda mais explícitas.

FAZER

– considerar identidade e urbanidade como premissas básicas
– gerenciar a diversidade de fatores para criar um andar térreo com vitalidade
– encontrar os usuários correspondentes
– proporcionar informação explícita e transparência
– lançar e apoiar redes e comunidades
– aliviar as possíveis tensões com respostas sensíveis
– criar soluções com os principais interlocutores e a comunidade

CONCLUSÃO

Através de aprendizagem, paciência e colaboração, o primeiro bairro de HafenCity foi concluído em 2009. Am Sandtorkai / Dalmannkai é hoje o lar de cerca de 1.500 pessoas e 2.700 novos postos de trabalho. A arquitetura desse bairro é bastante diversificada; 27 incorporadores e 26 escritórios de arquitetura estiveram envolvidos nos 15 edifícios do bairro. O nível do térreo é um espaço público, aberto a todos. Juntamente com os investidores, incorporadores e arquitetos, a GmbH defendeu um andar térreo bem concebido e bem projetado através de suas demandas específicas para o sítio. Eles definiram objetivos claros e levaram os investidores a pensar fora da sua zona de conforto, o que resultou em um bairro completo com sua própria personalidade e identidade. A continuação da cooperação com todos os parceiros e, especialmente, a rede comunitária, mostram verdadeiro investimento e dedicação com HafenCity, qualidades que persistirão nas próximas fases da cidade.

REGENERAÇÃO URBANA

DESCOBRINDO TESOUROS ESCONDIDOS

Gerard Peet, Frank Belderbos e Joep Klabbers

Uma das ruas comerciais mais autênticas de Roterdã-Oeste, a Nieuwe Binnenweg, está em processo de reconstrução. Nas décadas mais recentes, a rua sofreu declínio econômico e degradação. Com uma taxa de prédios vazios mais alta do que em outras ruas e pouca variedade de lojas, a Nieuwe Binnenweg estava precisando de uma qualificação.

AS ORIGENS DA BINNENWEG

A Binnenweg, originalmente uma estrada rural entre as cidades de Roterdã e Delfshaven, remonta ao século 13. O *boom* industrial dos anos 1860 na área portuária de Roterdã marcou o início do desenvolvimento ao longo da Binnenweg, como uma rua urbana, com um comprimento total de mais que 2 quilômetros (1,5 milhas). Originalmente, os desenvolvimentos foram principalmente de moradia. Em 1900, apenas 57 % das propriedades tinham lojas no andar térreo. Nos anos 1940, essa percentagem era de 87 %, fazendo com que a Binnenweg se tornasse uma rua urbana principal, com lojas de todos os tipos, de alimentos até produtos de luxo, como joalheria e peles de animal.

A arquitetura desses desenvolvimentos do século 19 era simples e efetiva. Habitações relativamente baratas e de alta densidade foram construídas rapidamente, todas com caraterísticas semelhantes. Essa assim chamada "construção revolucionaria" foi executada por promotores imobiliários, que usaram catálogos com ornamentos prontos, ao invés do serviço de *design* de arquitetos. O resultado foi uma paisagem visualmente coerente, com fachadas de tijolos, tripartidas, linhas horizontais, janelas verticais e ornamentos de pedra.

TADIM RESTAURANT

Caso o andar térreo original tivesse que ser transformado numa loja, a fachada de tijolos era simplesmente demolida e substituída por uma vitrina.

Durante a II Segunda Guerra, quando o centro de Roterdã foi bombardeado, a Nieuwe Binnenweg assumiu a função de entretenimento do centro, com lojas, cafés, restaurantes e um cinema. Durante os anos 1950, 1960 e 1970, o centro original da cidade gradualmente retomou à sua função central. Desde então, a Niewe Binnenweg sofreu um declínio das atividades econômicas. Embora a evidência das lojas marginais, espaços vazios e fraca manutenção das casas e lojas, a Nieuwe Binnenweg manteve alguns dos seus ícones, como por exemplo, as lojas de móveis de alta qualidade e as lojas de especialidades alimentícias.

ORGANIZAR O PROCESSO DE REVITALIZAÇÃO

Devido ao declínio econômico da rua, os donos das lojas se organizaram desde então, e demandaram ação do governo local. Em 2007, o governo local e os *stakeholders* da Nieuwe Binnenweg começaram um programa de revitalização. A questão era como financiar uma abordagem integrada de revitalização da Nieuwe Binnenweg e como envolver os proprietários privados no programa. Para começar, uma grande variedade de *stakeholders* – os maiores proprietários na rua, incluindo as corporações de habitação de interesse social e os proprietários privados de imobiliária, a associação de empreendedores e o Distrito de Delfshaven – foi convidada para participar e formular as suas finalidades e objetivos. O programa de revitalização foi organizado em torno de quatro objetivos: uma rua segura e limpa; restauração de aproximadamente 100 lojas e habitações; aquisição de aproximadamente 40 lojas novas; e renovação e melhoria do espaço público.

Logo, com um apoio abrangente de participantes sociais e comerciais, a prefeitura criou um pacto político para direcionar e sustentar uma grande parte da revitalização. A autoridade local de transporte público RET, responsável pelos trilhos quase desgastados dos bondes, e o Fundo Europeu para Desenvolvimento Regional (EFRD) financiaram a maior parte do projeto. O governo local ofereceu financiamento parcial para a reabilitação das moradias e o desenvolvimento econômico. No total, o valor de €20 milhões de financiamento público foi gerado, e aproximadamente €15 milhões de financiamento privado, através das melhorias de construção. Empreendedores também podiam investir nas suas lojas. Foi disponibilizado um subsídio de 55% dos seus investimentos, com o máximo de €15.000 por loja.

RESTAURAÇÃO DAS FACHADAS

A aparência global da rua e da fachada consiste de mais que somente os *plinths*. Acima do nível dos olhos, a alvenaria enriquecida com azulejos e acabamentos de verniz, molduras e ornamentos de concreto, contribuem para uma rica qualidade visual da Nieuwe Binnenweg. Uma das prioridades do programa foi a restauração dessa qualidade visual das lojas e casas. Por um período de mais que cem anos, essas fachadas e, especialmente as vitrinas, sofreram de falta de manutenção e melhorias habitacionais de pouca qualidade. Para preservar o máximo possível da qualidade original, o projeto focou na totalidade das fachadas.

Para restaurar as fachadas recuperando a sua qualidade histórica original, elas foram levantadas, de acordo com critérios da "Comissão de Estética e Monumentos" (Comissão de Avaliação de Qualidade) da Prefeitura de Roterdã. Esses critérios determinam, por exemplo, que a transição de espaço público para privado precisa de atenção especial, notadamente na pequena escala. Por exemplo, as portas de entrada e as campainhas devem ser de alta qualidade. As portas devem completar a arquitetura da fachada e os ornamentos originais devem ser preservados. Vitrinas devem sempre ser desenhadas para que combinem com a fachada original e se relacionem bem com a arquitetura adjacente.

Embora o desafio da situação, observações cuidadosas das frentes das lojas demonstraram que nem tudo está perdido; ao longo dos anos, cada dono de loja adicionou uma nova camada às superfícies frontais, evitando os transtornos da remoção da anterior. Atrás das camadas e camadas de revestimentos baratos e cartazes publicitários, muitas das fachadas antigas e dos ornamentos mantiveram-se ainda em ótimas condições. Ao se descascar essas camadas, surgiram algumas descobertas notáveis, como por exemplo, vitrais, painéis azulejados e decoração histórica de marcenaria. As alvenarias foram limpas, trazendo de volta as cores claras, e camadas de tinta foram removidas das molduras e do concreto ornamental, fazendo com que os seus padrões e formas fossem revelados. Prestou-se muita atenção à aplicação das cores corretas nessa arquitetura do século 19. Esses tesouros escondidos precisavam apenas ser desvendados para as fachadas serem restauradas na sua qualidade original.

LIÇÕES PARA UM FUTURO ESPERANÇOSO

Com a entrada de novas lojas de especialidades, a rua está se reabilitando para ser uma rua atraente da cidade. As seguintes lições podem ser aprendidas desse projeto e processo. Primeiro, é importante que todos os participantes entendam a importância de um contrato de longo prazo e que eles se deem conta de que o processo levará aproximadamente oito anos ou mais. Assim, todos os *stakeholders* devem estar comprometidos com o contrato de longo prazo e entendê-lo. Segundo, para gerar suficientes recursos financeiros, os *stakeholders* certos devem estar na mesa, os negócios locais e os parceiros sociais. Terceiro, uma prescrição por escrito para a renovação dos prédios com atenção especifica para a qualidade original é um bom instrumento para envolver os proprietários privados. Porém um instrumento de subsídio é necessário para colaborar com eles em planos de melhoria integral. Por fim, é difícil para um processo de declínio de 20 anos ser recuperado em apenas quatro. Em oito ou dez anos a partir de hoje, veremos como a Nieuwe Binnenweg terá se desenvolvido.

REINVENTANDO O ANDAR TÉRREO DEPOIS DE 50 ANOS

Arjan Gooijer, Gert Jan te Velde e Klaas Waarheid, arquitetos

UMA LÓGICA PARA BONS PLINTHS RESIDENCIAIS

A falta de qualidade de vida e de habitação nas áreas residenciais do pós-guerra na Holanda muitas vezes se deve à aparência pouco atraente e ao mau uso dos *plinth*s em muitos prédios habitacionais. As áreas do pós-guerra foram desenvolvidas partindo de concepções urbanas abstratas, no nível do distrito, apenas com objetivos pragmáticos. O uso cotidiano da moradia, do seu ambiente e das ruas foi pouco considerado. Porém, é exatamente no uso cotidiano que o *plinth* é de importância crucial. Felizmente, ainda podemos mudar situações, mesmo com atraso de 50 anos.

O *plinth* é a conexão entre os prédios e os seus arredores. *Design*, programação (uso do solo) e organização do nível térreo de um prédio residencial não determinam apenas o seu impacto nos passantes. Essas caraterísticas determinam também até que ponto a área funciona. Durante o período da construção pós-guerra havia muita atenção com a tipologia do prédio residencial. Arquitetos e planejadores da época buscaram a ótima organização das plantas térreas, circulação e orientação das moradias. Eles também deram muita atenção a um novo desenho urbano, aberto. Porém, em muitos casos, a ligação crucial entre a moradia e o bairro, o *plinth*, foi desenhada sem o suficiente cuidado. Os andares térreos de muitos prédios habitacionais não se aproveitaram da maneira conforme foram alocados.

Hoje, esses prédios e bairros lutam por uma imagem positiva. Para a sua revitalização, muitas vezes é preciso focar nos *plinths.* Sinteticamente, poderemos fazer isso de três maneiras:
– Fortalecer e otimizar a configuração do *plinth* original
– Ajustar a configuração do *plinth* à alocação existente
– Ajustar ambos, o *plinth* e a alocação
Cada maneira depende do tipo do problema a ser resolvido. Os exemplos seguintes fazem parte do portfólio da *Van Schagen Architekten*:

OTIMIZAÇÃO DA CONFIGURAÇÃO ORIGINAL: VISSENKOMMEN PENDRECHT

Os Vissenkommen ("Aquários", o apelido do projeto, devido à forma das janelas) em Pendrecht, Roterdã, são caraterizados por um andar térreo aberto, usado apenas para quartos pequenos como despensa, e pelas entradas dos pórticos. A abertura desse *plinth* é um elemento fundamental no projeto urbano: permitindo a conexão entre o pátio interno e a rua, ambos originalmente planejados para serem os recreios das crianças dos prédios residenciais.

Os Vissenkommen, Pendrecht, Roterdã: Situação antiga e nova

Devido à diminuição do número de famílias com crianças nesses prédios residenciais, o grau de abertura das entradas e dos seus arredores resultou em terrenos férteis para problemas e perturbações. A renovação dos *plinths* no ano 2000 se focou na preservação das conexões e da transparência do andar térreo. Ao mesmo tempo, a introdução de novos materiais fez com que os limites entre público e privado estivessem claros como vidro, literalmente. A arquitetura distinta do prédio, também criada pela forte distinção entre o *plinth* e os andares acima, permanece importante na modesta adaptação do *plinth*.

SE AJUSTANDO À ALOCAÇÃO: 3 EXEMPLOS

Em projetos diferentes, focamos no aproveitamento das possibilidades que a alocação proporciona, para melhorar ambos, o uso do ambiente e o programa residencial do prédio. Às vezes, intervenções simples são tudo o que é necessário. Em outros momentos, é preciso uma reorganização forte dos *plinths* do prédio.

Em *Schuilenburg* (Amersfoort), há faixas verdes entre os prédios residenciais. Originalmente, elas não eram acessíveis

Amersfoort, Schuilenburg: Situação antiga e nova

desde o prédio, portanto não eram usadas e não faziam sentido. A reorganização do andar térreo, de onde as garagens foram removidas, ofereceu a possibilidade de uma entrada por dois lados. O projeto arquitetônico principal (o *plinth* e os andares acima) foi enriquecido com um uso da alta qualidade do novo programa do *plinth*, com fachadas abertas, boa iluminação e uma composição esteticamente boa de azulejos. Os apartamentos acima foram renovados enquanto estavam habitados.

Na *Enschedelaan* (Haia), os prédios residenciais foram construídos em uma estrutura de fita, (a face fronteira fazendo frente à traseira), então todos os apartamentos estão orientados ao sol. O pátio verde não é acessível desde os blocos residenciais e não tem um uso funcional direto. Na renovação do complexo, o andar térreo foi integrado com o segundo andar em apartamentos duplex, com a porta da frente orientada para a rua e um jardim do lado traseiro adjacente ao pátio. A parte restante desse pátio é usada como um recreio comunitário, acessível desde os jardins privados ao seu redor e do corredor dos elevadores. Com essa reorganização,

Haia: Situação antiga e nova

o prédio residencial obteve melhor ligação com o seu redor, através das entradas diretas pela rua. Porém, a arquitetura caraterística dos prédios como blocos distintos foi preservada. As sacadas e antigas galerias foram convertidas em varandas privadas que funcionam como intermediárias entre a rua e a residência.

Complex 50 (Amsterdã Osdorp) também foi construído numa estrutura de fita. O andar térreo consiste de entradas dos pórticos, áreas de despensa, garagens, alguns apartamentos pequenos e uma passagem por baixo da construção. Os dois andares mais inferiores foram completamente reorganizados. A intervenção principal é um apartamento duplex com a sua própria porta da frente para a rua, e um jardim no lado ensolarado. Embora essa notável intervenção programática nos dois andares, a configuração arquitetônica principal (um *plinth* no primeiro andar e um mundo diferente acima) foi ainda preservada, devido às proporções adequadas e à imagem caraterística. Obviamente, o interior foi adaptado ao novo uso.

AJUSTANDO O PLINTH E A ALOCAÇÃO: FLORIJN BIJLMER

O plano urbano de Amsterdã-Bijlmer foi projetado para blocos residenciais sobre palafitas (os bem conhecidos "pilotis" Corbusianos), para fazer com que a paisagem verde pudesse "fluir" por baixo dos prédios. Porém, essas palafitas nunca foram construídas. O andar térreo dos famosos "prédios-favos" hexagonais consistia de áreas de despensa, em alguns lugares interrompidas por passagens por baixo da construção. No plano de renovação do bairro-F, as partes remanescentes dos edifícios altos foram incluídas na nova alocação de ruas e dos blocos fechados.

Para incluir os edifícios altos nessa configuração urbana, um novo programa e uma nova imagem foram desenvolvidos para o *plinth* do Prédio-Florijn. Através da expansão do andar térreo, foi criado espaço para um novo programa: moradias-ateliês, entradas, espaço comercial e pátio de moradias no "*plinth* do prédio". Dentro do volume, quase invisível da rua, foi encontrado um espaço para despensa e para estacionamento. No projeto, focamos na preservação da rua interna anterior. Ali, projetamos as salas de estar dos apartamentos no *plinth*, permitindo suficiente distância entre a residência e o domínio público, ao mesmo tempo que também criava abertura e proximidade em relação à rua.

CONCLUSÕES

- O *plinth* é uma ligação crucial entre a moradia e o uso, e é a imagem do bairro.
- Existem maneiras diferentes de transformação do *plinth* existente: através de melhoria do que já existe, através de reorganização, ou através de transformação completa.
- Toda situação pede uma solução individual – assuntos para levar em conta são: alocação, programa e uso, organização das entradas e arredores diretos.
- Muitas vezes é possível o uso da imagem arquitetônica existente na transformação.

SOB AS FERROVIAS E RUAS

Mattijs van ’t Hoff, urbanista

Como lugares de interação, cidades precisam de dois atributos: conexões de infraestrutura e lugares para encontros ou reuniões. Historicamente, muitas cidades foram estabelecidas em cruzamentos naturais ou feitos pelo homem, como rios ou ruas, ou evoluídas a partir de portos. Nesses cruzamentos, lugares comerciais com mercados e hospedaria tornaram-se vilarejos e depois cidades; as ruas e praças nessas cidades ainda carregam nomes reminiscentes do passado, dos negócios e dos mercados. As nossas cidades de hoje são ainda lugares de interação no mercado global. Conectar-se e encontrar-se frente-a-frente permanece sendo um aspecto importante do desenvolvimento comercial, da inovação e do contato social: empresas precisam tanto do *buzz* local (a localização conjunta de empresas e outros atores com o movimento que isso gera) quanto das *pipelines* globais (os canais e conexões entre empresas e outros atores geograficamente distantes um do outro) (Bathelt e outros, 2004; Storper e Venables, 2004). A demanda crescente por mobilidade transformou muitas cidades em nós de infraestrutura, esquecendo a escala humana e os lugares de encontros. Usando as construções infraestruturais para os *plinths* da cidade, podemos proporcionar novos espaços urbanos e possibilidades de interação e encontros.

Trilha ferroviária elevada em Paris

CIDADE E INFRAESTRUTURA

A crescente mobilidade sempre requereu que as cidades se adaptassem aos novos

tipos de infraestrutura viária. Na Paris do século 19, o barão Haussman desenvolveu um sistema de novos bulevares e avenidas para melhorar as conexões. Em outras cidades, também foram desenvolvidos novos bulevares, assim como novas modalidades de transporte, como por exemplo, ferrovias e linhas de bondes: algumas no nível térreo, outras subterrâneas e outras elevadas. As estações ferroviárias eram os nós nessas redes e atraíam negócios como hotéis, bares e entretenimento para visitantes. Trilhas ferroviárias elevadas introduziram novos tipos de espaços públicos cobertos na cidade; espaços que deveriam ser usados por mercados, talvez sem ter sido a sua intenção original, porém surgindo como um produto colateral da infraestrutura viária.

Autoestrada elevada NY Williamsburg

Em meados do século 20, a infraestrutura para carros dominava a maior parte das cidades ocidentais. Diferentemente dos grandes bulevares de Paris, com as suas fachadas contemporâneas, essas novas autoestradas que muitas vezes cortavam as cidades eram desconectadas do tecido urbano e interligadas apenas nas encruzilhadas. Não há escala humana, nem vida urbana. Em muitas cidades, os cidadãos protestaram contra essas transformações, especificamente quando ficaram à mercê das escavadoras em nome de mais autoestradas. Um exemplo famoso foi a oposição de Jane Jacobs à proposta da Lower Manhattan Expressway de Robert Moses. No entanto, continuamos a ver o planejamento orientado para o carro em muitas cidades no mundo, focando-se apenas na infraestrutura viária e negligenciando a relação com a vida urbana, a estrutura e a escala humana.

De volta a lugares

O ativismo de Jane Jacobs (entre outros) nos anos 1970 mudou as percepções sobre a cidade e a vida urbana: não eram os carros que deveriam ser dominantes, mas as pessoas. Essa linha de pensamento resultou em “infraestrutura coberta”: o desenvolvimento e a implementação de infraestrutura viária subterrânea com novas funções e espaços urbanos por cima. Novas ruas locais e parques sobre túneis dão um novo sentido e objetivos de desenvolvimento comercial aos prédios e *plinths* nas proximidades. Em Paris, um parque na Avenue du Président Wilson em Saint-Denis

Cheonggyecheon : autoestrada foi removida e a área foi tornada um parque

Isemarkt Hamburg

cobre a autoestrada A1. Em Seul, uma autoestrada elevada no centro urbano foi demolida e substituída por um arroio histórico e pelo Parque Cheonggyecheon. Infelizmente, essas renovações através de remoção das infraestruturas viárias fixas ou por soterrá-las são soluções caras. Já que poucas cidades podem se permitir essas soluções, infraestrutura viária que proporciona espaço *debaixo dela mesma* pode ser mais interessante.

SOB AS FERROVIAS E RUAS

Construções existentes de infraestrutura viária na cidade têm um sentido duplo na criação de conexões: como estrutura elevada, elas proporcionam conexões interlocais para a cidade como um todo, porém ao nível térreo, essas estruturas muitas vezes formam uma barreira entre bairros, e têm fachadas cegas. Com a requalificação desses espaços, para que eles se tornem lugares ou *plinths* públicos, a infraestrutura pode ser usada como lugares de uso comercial, cultural ou de lazer. Para esse *plinth* infraestrutural, podemos distinguir três tipos ou funções:

1. Mercados
Em várias cidades, mercados pertencem à rua, apesar das desvantagens climáticas (chuva ou sol quente). A infraestrutura pode fornecer espaços secos e sombreados, quando os mercados estiverem localizados sob pontes e viadutos. Em Hamburgo, Alemanha, o *Isemarkt* é um mercado semanal, debaixo do viaduto local do U-bahn, na Isestraße. Enquanto o viaduto data de 1912, o mercado foi organizado desde 1949, e, com o comprimento de 970 metros, é o mercado ao ar livre mais comprido na Europa. Em Sacramento, Califórnia, um estacionamento sob as oito pistas da Highway 50 se transforma todos os domingos no maior

Parque A8erna embaixo da autoestrada, Zaanstad

mercado de agricultores da Califórnia. Neste mercado, fazendeiros e pecuaristas dos vales da região se conectam e negociam com os *chefs* de cozinha e cozinheiros caseiros locais.

2. Parques e *playgrounds*

As áreas debaixo das autoestradas ou viadutos de trem são também adequadas para fins recreativos e de lazer para as pessoas nos bairros próximos. Em Zaanstad, Holanda, a autoestrada A8 dividiu a cidade em duas metades e o espaço embaixo dela estava abandonado. A partir das ideias dos cidadãos locais, a área foi convertida num espaço público multifuncional, projetado por NL Architects. Uma praça coberta com um supermercado e uma galeria com exposições de grafite, um lago para canoagem e infraestrutura esportiva agora ligam as duas partes da pequena cidade. Da mesma maneira, em Toronto, Canada, o Parque Underpass foi criado como parte do desenvolvimento da orla, e transformou uma área antes ignorada num *playground* comunitário, proporcionando infraestrutura recreativa e esportiva para crianças e adultos. No mundo todo ,encontram-se outros exemplos de parques sob as autoestradas, ou sobre viadutos abandonados, como a High Line em New York, criando áreas verdes na cidade.

3. *Plinths* comerciais e culturais

Um terceiro tipo de uso é o desenvolvimento do espaço embaixo da infraestrutura num *plinth* construído, urbano, com fachadas e funções de rua. Esses espaços podem ter usos comerciais ou culturais, como restaurantes, galerias ou ateliês, dependendo das necessidades do bairro. Esses novos *plinths* acrescentam atividades e vida à rua, fazendo com que eles se tornem parte da estrutura econômica e social da cidade, e criando uma rota mais agradável e segura ao longo deles. Um dos exemplos mais conhecidos

Viaduc des Arts, Paris

é o *Viaduc des Arts*, sob as arcadas da ferrovia Vincennes em Paris. Em 1988, o projeto do arquiteto Patrick Berger foi escolhido para a conversão da trilha numa passagem de galerias de arte e cafés. A *Promenade Plantée* foi criada sobre o viaduto, um parque linear elevado de 4.7 quilômetros. Projetos similares com novas galerias e ateliês foram desenvolvidos em Amsterdã (*Onder de Bogen*) e em Roterdã (*Hofbogen*). Esses desenvolvimentos de *plinths* infraestruturais criam espaço para artistas, artesãos e comércio, devolvendo vida aos bairros onde faltavam dinâmica e coesão, devido à transecção pela ferrovia.

É PRECISO AMBOS, INFRAESTRUTURA E LUGAR

Cidades são lugares de conexão e interação: é necessário espaço para ambos, infraestrutura e lugar. Ao invés de planejá-los um com as costas viradas para o outro, podemos projetar a coabitação de infraestrutura e pessoas. Infraestrutura viária, projetada não apenas para conectar a cidade e a região, mas para conectar no nível da rua, acrescentando funções e sentido aos bairros contíguos. Podemos usar a infraestrutura viária para desenvolver lugares comerciais, de lazer e culturais e atividades na cidade, e usar os espaços sob a infraestrutura como lugares para as pessoas se encontrarem e para expandir o espaço público e a vida pública. Mesmo quando a infraestrutura viária se torne abandonada (como por exemplo, antigos viadutos de trem), ela pode ainda proporcionar um espaço valioso embaixo e em cima.

BIBLIOGRAFIA

H. Bathelt, A. Malmberg e P. Maskell (2004). Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation. *Progress in Human Geography*, 28 (1), pp. 31-56.

M. Storper e A.J. Venables (2004). Buzz: face-to-face contact and the urban economy. *Journal of Economic Geography*, 4 (4), pp. 351-370.

O PLINTH COMO CATALISADOR DE REFORMA URBANA

Henk Ovink, consultor urbano

Os *plinths* na cidade são as portas basculantes entre molhado e seco, quente e frio, dentro e fora. O *plinth* conta a história dos prédios quando você entra nele, ou mesmo antes de você entrar, como se fosse o seu cartaz, a publicidade do que há por dentro. E ao mesmo tempo, o *plinth* reflete a cidade (às vezes literalmente), a força do espaço público, o lugar. O *plinth* é um limite e, ao mesmo tempo, a membrana da cidade; o espaço de troca para olhar, tocar e passar.

AS LINHAS ESQUECIDAS DO HOFBOGEN

O Hofbogen Roterdã poderia ser chamado de um prédio. É um volume comprido, baixo, localizado muito próximo à Estação Central e ao centro urbano, porém em um bairro um pouco esquecido. É a antiga ferrovia elevada, a linha Hofplein, ligando as cidades de Haia e Roterdã. Com o surgimento de novas linhas de trem e a nova Estação Central de Roterdã, a linha se tornou desnecessária (tal como o prédio debaixo da linha Hofplein). O que ficou foi um prédio estranho – não sendo um viaduto, nem uma ponte ou um edifício alto, mas um volume longilíneo, vagueando, com um teto plano. A força desse patrimônio industrial está na sua qualidade urbana e na arquitetura, a construção, a aparência, a potência e os impacto urbanos, a continuidade e a história que ele conta. Outrora uma ferrovia, carregador de trens, bens e pessoas, agora um objeto, carregador de atividades comerciais e uma identidade do bairro.

A ferrovia subutilizada desenha uma longa trilha pela cidade e, embora conectando, ela separa ao mesmo tempo. O Hofbogen é, na verdade, um grande *plinth* – não há nada por cima além da ferrovia inoperante. Não é um prédio no sentido tradicional. É um tipo de contêiner, enormemente comprido, em que as pessoas podem programar e organizar todo o tipo de coisas. É um convite público, um catalisador para empreendedorismo e inovação, atividades e ação. Ao mesmo tempo, o Hofbogen é um grande espaço in-between, onde cidade encontra cidade, a membrana para trocas e interação entre empreendedores, artistas e representantes de setores oficiais, para um uso e um sentido em contínua mutação.

O Hofbogen tem também um teto. De fato, esse teto não é nada mais que o nível térreo elevado, onde há os trilhos por onde os trens passavam. Elevado acima do espaço público da cidade, constitui um terraço para a cidade. É também um espaço *in-between*; um lugar para ficar e partir; um lugar para experiência. Até recentemente, era apenas um teto. O terraço do Hofbogen é especial para esta parte esquecida de Roterdã. É onde o bairro se encontra, as pessoas fazem festa, as crianças brincam, escalam e andam de bicicleta. Um quitandeiro planta frutas e vegetais, e um novo restaurante abre no terraço sob o teto. Até mesmo um festival de cinema acontece no teto todos os verões.

TRADUZINDO FLEXIBILIDADE

Há também duas escalas para a linha do Hofbogen para cumprir a promessa de reformador urbano. Na escala da cidade, ele pode reconectar o centro urbano com a paisagem em volta, usando o trilho como trajeto para ciclistas ou caminhantes. Através da reconstrução da ponte que levava ao Hofbogen, que foi equivocadamente demolida, ele pode se tornar o conector entre todas as camadas e todos os níveis da cidade. Uma outra escala é a da rua. O *plinth* do Hofbogen pode "armazenar" um programa flexível, ajustando a velocidade da cidade às suas demandas. Pode tornar-se mais conectado aos tempos atuais: flexível, adaptável e possível em qualquer escala. O prédio tem uma ótima capacidade transformadora. E o caráter trilateral (frente, atrás e o teto) cria um cartaz ideal para um programa urbano e demandas mutantes.

Uma vez liberando espaço para lazer e vaguear, Hofbogen é como que um uso do espaço efetivo. As pessoas estão ocupando os plinths desse prédio do tipo contâiner, bloco por bloco, com usos e projetos diferentes. Uma vez que temos usuários nos *plinths*, podemos investir mais no terraço. Cada novo ocupante

provocará uma reação com seu novo desenvolvimento, projeto e novos investimentos. Criar espaço de verdade e dar significado a cada lugar começa com os iniciadores e usuários. Todos eles são os *stakeholders*. Esse processo de criação de valor deve andar paralelamente aos investimentos no próprio Hofbogen.
Com esses investimentos, os stakeholders deveriam passar a ter uma agência de desenvolvimento, que reforce a conexão entre o Hofbogen e a rua adjacente, os seus habitantes e as empresas. Pois os usuários e os *stakeholders* podem fazer com que o Hofbogen se torne o catalisador de desenvolvimento do bairro, através de se aproveitar do seu capital.

O Hofbogen é um veículo de reforma urbana – políticas espaciais, governança, financiamento, inovação, processo. Poderia ser o catalisador, mas onde isso começa? Não numa prefeitura ou nos balcões burocráticos ou em escritórios de *design*, mas no "chão". O *plinth* pode ser o organizador daquela reforma, o organizador da transição, coletando as necessidades locais e traduzindo-as em oportunidades urbanas. O Hofbogen pode ser adotado pelo governo central na sua ambição de criar uma flexibilidade máxima nas normas e regulamentos ambientais. Pode ser um local piloto para a reforma da legislação urbana, um exemplo para a demanda atual de desenvolvimento urbano e a incorporação de transformação urbana adaptativa e flexível.

BOX A NEGÓCIO, UMA INTERVENÇÃO DE BAIXO CUSTO

Willem van der Laar e Arin van Zee, consultores

ANTECEDENTES

Nos anos 1950 e 1960 foram construídos muitos prédios baixos (*portiekflats* ou "prédios de pórticos") na Holanda: prédios de três pavimentos com residências de tamanho reduzido. Alguns desses prédios tiveram um *plinth* com lojas locais, como um supermercado, uma padaria ou um cabelereiro. Hoje em dia, tornou-se visível que essa função tradicional do *plinth* comercial desapareceu. Mudanças nas circunstâncias resultaram na falência de muitos pequenos proprietários de lojas. Atividades comerciais se retiraram, e novas atividades, sem relação com o bairro (como lojas de telefonia), tomaram seus lugares. O *plinth* está mal mantido e a sua degradação está se manifestando.

A situação dos depósitos no andar térreo de muitos outros *portiekflats* é semelhante. Muitos têm uma fachada fechada, trazendo a sensação de insegurança e, portanto, a vitalidade diminui. Essa situação problemática foi o ponto de partida para um grupo de profissionais com antecedentes diferentes, trabalhando com imobiliária no Pluk, uma organização que foca o seu trabalho em assuntos sociais complexos. Como resgatar a vitalidade econômica e social nesses bairros, com soluções relativamente fáceis de aplicar? Uma viagem de aprendizagem para Liendert, em Amersfoort, levou a novas percepções.

LIENDERT

Liendert é um bairro típico pós-guerra em Amersfoort, uma cidade holandesa com 150.000 habitantes. O bairro (7.000 habitantes) pode ser caraterizado por: baixa

renda, uma taxa relativamente alta de desemprego, mais que 50% de habitação de interesse social, percepção entre os habitantes da sua degradação e sentimentos de insegurança. Uma parte do bairro, em especial, chamada “De Horsten”, tem uma má fama. Liendert é um dos bairros em Amersfoort que recebe atenção especial do governo. Foram planejados muitos investimentos sociais e físicos. A ênfase em Liendert foi conscientemente direcionada às qualidades e forças do distrito e os seus habitantes, ao invés de focarem apenas nos seus problemas. O bairro De Horsten tem o potencial de ser um ótimo local, com a sua localização adjacente a um grande parque. Em adição a isso, o bairro tem uma rede social forte e muitos habitantes empreendedores.

NOVOS ESPAÇOS PARA EMPREENDEDORES

Uma inciativa foi adotada pela corporação de habitação de interesse social local, em associação com a prefeitura de Amersfoort e Willem van Laar. Eles concluíram que muitos pequenos empreendedores, morando no bairro, muitas vezes são pouco visíveis porque conduzem os seus negócios de pequena escala dentro de casa. Entre eles, há novos empreendedores que precisam de espaços pequenos com contratos flexíveis e algumas facilidades básicas. Alugar um espaço privado é caro, e muitas vezes os contratos são fixados por alguns anos: um risco sério para os novos empreendedores. Com base em pesquisa no bairro e entre os empreendedores, surgiu a ideia de reconstruir os depósitos e boxes de garagens, criando pequenos espaços para empreendedores, com alugueis baratos. Então, foram combinados a necessidade de espaços empresariais locais e um *plinth* mais aberto e vivo.

A corporação de habitação de interesse social iniciou com a transformação de sete boxes de garagens em espaços comerciais (de aproximadamente 20 metros quadrados e um banheiro compartilhado). A corporação recebeu mais de cem

pedidos para esses espaços. Alguns critérios foram usados para selecionar sete deles: pessoas relativamente jovens, morador do bairro, na fase inicial do seu negócio e servindo como um exemplo para os outros no bairro. Os seus negócios variam desde *design* gráfico, soluções em TI e cabelereiros até a produção e venda de joalheria. Para estudantes também é possível se candidatarem e abrir um negócio durante os seus estudos.

PARTICULARIDADES DO ALUGUEL

O preço indicado para a renovação era € 20.000 por vaga de garagem, e o Ministério de Habitação Social concedeu subsídio. O aluguel desses espaços é barato e comparável com o aluguel de um box de garagem: € 65 por mês. Desse modo, o projeto realmente oferece a possibilidade para os interessados locais que estão na fase inicial de sua empresa desenvolvê-la até a sua maturidade. O tempo máximo de aluguel são dois anos. Dessa maneira, os empreendedores recebem um incentivo para estabelecer as suas empresas para poderem, depois dos dois anos, adotar novos passos. O contrato é flexível; o período de pré-aviso é apenas de um mês. Os espaços são simples e, por essa razão, fáceis de se ajustar às necessidades do locatário.

CONCLUSÃO

Com a sua transformação em unidades comerciais a custos relativamente baixos, o *plinth* se tornou mais vivo, aberto e simpático. Mostrou-se que, deste modo, o *plinth* satisfez a procura de unidades básicas de baixo custo com contratos flexíveis. Permite aos empreendedores que moram no bairro começarem o seu negócio, com a redução do risco de se endividarem em caso de falência. Em combinação com medidas adicionais, como por exemplo, renovação, vigilância por câmera e um serviço gratuito de consultoria empresarial por empresários locais, essa iniciativa é um impulso para a qualidade de vida e a economia no bairro, a custos relativamente baixos.

O RENASCIMENTO DA LITCHI BAY

Lai Shouhua e Jose Chong, planejadores urbanos

Litchi Bay, localizada nos subúrbios úmidos da tradicional cidade de Guangzhou, China, é um exemplo de intervenção de renovação urbana bem-sucedida, conectando espaços públicos e prédios históricos ao longo do rio, com ênfase no desenho ao nível dos olhos. Através da ativação do desenvolvimento econômico nos seus arredores, Litchi Bay se tornou um espaço público vibrante para lazer e uma atração turística primordial.

HISTÓRIA

Canais d'água cobertos e transformados em ruas

Em 206 a.C., funcionários locais plantaram vegetais e flores nesta área com seus jardins privados. Os locais denominaram a área de “Litchi Bay”, Baia Litchi. Nas dinastias Ming e Qing, Litchi Bay gradualmente se tornou uma atração para pessoas comuns, contornada por lindos jardins e mansões nobres, imersos nos rios e lagoas. Entre os anos 1950 e 1980, a rápida urbanização da cidade de Guangzhou poluiu os rios da Litchi Bay. Como resultado, a maior parte dos canais d'água foi coberta e transformada em ruas. Em 1992, o último canal d'água foi coberto desde o restaurante Panxi até a Fengyuan Bridge (Ponte Fengyuan) – A Litchi Bay desapareceu.

Sistema dos rios da Litchi Bay depois da reconstrução

O PROJETO

Em 2009 foi lançada uma proposta para reconstruir Litchi Bay. Ela propunha a recuperação do rio em mais de 800 metros de comprimento, melhoria da qualidade da água, a renovação de prédios históricos, a otimização da paisagem e a construção de obras de engenharia de iluminação. O projeto cobriu uma área de 6,5 hectares, da Liwan Lake (Lagoa Liwan) até a Fengyuan Street (Rua Fengyuan), incluindo os canais fechados, os prédios históricos e os bairros ao redor.

O programa de renovação urbana foi finalizado com sucesso, antes dos Asian Games (Jogos Asiáticos) de 2010. O programa também acrescentou várias funções, como por exemplo, *performances* culturais, restauração da 'Lingnan' tradicional, varejo e moda, transformando a Litchi Bay de uma área histórica numa área de lazer moderna e dinâmica. Ambos, os habitantes nativos que há muito viviam na Litchi Bay, e os turistas e comerciantes, são atraídos pelo impacto e potencial desse programa. A Litchi Bay atrai milhões de turistas, mostrando o resultado de um programa de renovação urbana e preservação, gestão de bacias hidrográficas e melhoria do espaço público na cidade de Guangzhou.

LIÇÕES

A integração da orla com os prédios históricos adjacentes e os bairros ao redor é fundamental para uma intervenção frutífera. Além disso, melhorias na infraestrutura física precisam ser acompanhadas por atividades recreativas e uma boa gestão. O projeto mostra como um projeto de renovação pode transformar uma parte da cidade.

Litchi Bay: sistema do espaço público depois da reconstrução

Praça Wenta depois da reconstrução

Portão do Sul do parque Litchi depois da reconstrução

Uma rua e um canal depois da reconstrução

COMÉRCIO DE RUA NA WARWICK JUNCTION

Richard Dobson e Tasmi Quazi

A PORTA URBANA DE DURBAN

Warwick Junction (Junção Warkwick) é a estação principal e a porta urbana de Durban. Localizada no limite do centro urbano, era a única entrada da cidade para a população negra durante a *apartheid*: uma deliberada concentração de fluxos de tráfego da Durban rural e semi-urbana para a "cidade branca". Ruas, caminhos e pontes para pedestres cruzam a área, que fica a apenas 10 minutos de distância do centro urbano. Mais de 460.000 passageiros passam pelo ponto nodal do tráfego, usando a estação ferroviária principal, os cinco terminais de ônibus e dezenove pontos de taxi. Além disso, a área atrai grande número de comerciantes de rua: entre 6.000 e 8.000 comerciantes de rua se engajam em uma variedade de atividades, de medicina tradicional, moda, comida, música, produtos frescos a arte e artesanato. Essas atividades ocorrem em 9 mercados distintos e em vários lugares periféricos dentro do espaço público.

Devido a anos de planejamento sob o espirito do *apartheid*, que visou a separação dos diferentes grupos étnicos, a área da Warwick Junction era mal projetada. O número cada vez maior de comerciantes causava congestionamento e crimes eram frequentes. Quando em 1994, o primeiro governo democrático foi eleito na África do Sul, a transformação se tornou a prioridade em todos os níveis governamentais. O projeto começou e foi implementado no contexto da reestruturação política e administrativa do governo.

Vista aérea da Warwick Junction

Mercado Bovine Head

A 'NOVA' WARWICK

Em 1995, o Conselho reservou um substancial orçamento (R 4.72 milhões) para começar a regeneração da Warwick Junction e definiu uma estrutura para operar em nível interdepartamental. O projeto fazia parte de um experimento em toda a cidade, com desenvolvimento integrado e baseado na área, significando que o planejamento e a gestão dos recursos públicos foram descentralizados em áreas geográficas, e que os vários departamentos responsáveis pela gestão da área colaborariam. Dois aspectos foram fundamentais para o projeto: 1. Gestão baseada na respectiva área e colaboração interdepartamental, e 2. Comprometimento com a participação e com as consultas.

A gestão baseada na respectiva área permite a participação dos cidadãos em todos os aspectos de planejamento de desenvolvimento. A conversão do que uma vez fora uma área congestionada e desprezível para mercados agitados e interconectados e um pátio aberto de comércio informal são alguns dos triunfos do Projeto Warwick Junction. O projeto reverteu o status de Warwick em três anos, de um local visto como centro de "crime e sujeira", para uma parte florescente do centro urbano.

PESQUISA E DESIGN PARA UM RESULTADO COOPERATIVO

Não havia nenhum precedente no projeto dos mercados ao redor da Warwick Junction. A equipe de pesquisa e projeto passou um tempo imenso observando as dinâmicas dos comerciantes, a maneira como os produtos eram fornecidos, o uso do espaço, a forma como os bens eram processados e exibidos, os diferentes usos de espaço, mudando conforme a hora do dia, os processos de preparar comida, etc. Muitas soluções de baixo custo, duráveis e efetivas, foram projetadas para sombreamento, armazenamento, *displaying* e a organização de atividades e fluxos de pessoas e bens. Os espaços residuais e a infraestrutura incompleta foram destinados para novos usos, gerando espaço para uma variedade de mercados e usuários. O projeto final melhorou as condições de trabalho dos comerciantes, lhes concedeu maior reconhecimento, melhorou a conectividade entre os mercados e apoiou a manutenção e a limpeza.

As maiores mudanças infraestruturais incluíram:
- Aumento de caminhos para pedestres
- Melhorias das condições comerciais
- *Redesign* espacial da economia informal
- Fornecimento de armazenamento comercial
- Fornecimento de lugares, mesas e abrigos na rua para comerciantes
- Fornecimento d'água e eletricidade
- Fornecimento de estratégias de melhoria empresarial (por exemplo, saúde e segurança)

PARCERIA COM OS COMERCIANTES DE RUA

Mercado Brook Street

O projeto enfrentou as questões de manter um nível básico de segurança, limpeza e higiene, e a solução tinha o foco no esforço cooperativo. A equipe do projeto executou medidas específicas para melhorar a segurança, como por exemplo, aliviando o congestionamento, eliminação de abismos, redução de espaços escondidos, melhorias da iluminação pública, aumento da presença policial e investimentos em policiamento pela própria comunidade. O "Comerciantes contra Crime" foi estabelecido, em base voluntária. Foi impressionante como os comerciantes estavam dispostos a trabalhar juntos na luta contra o crime.

Os comerciantes da rua se reuniram também para manter Warwick limpa. Isso incluiu uma *blitz* anual, faxineiros voluntários, transformação dos banheiros e serviços d'água, atenção com os sem-teto que dormem na rua, abordagem de questões de saúde e serviços de acolhimento de crianças. O departamento municipal de saúde trabalhou com os comerciantes, treinando-os em relação a normas mínimas de cuidados com a saúde. O departamento também compilou um banco de dados preliminar dos vendedores de rua, detalhando as suas atividades e registrando a infraestrutura necessária.

Os comerciantes de rua se organizaram também no Conselho de Gestão de Comerciantes Informais, criado em 1995. A primeira tarefa foi a de limpar o lixo que foi acumulado por muitos anos ao longo das calçadas. Essa operação de "cirurgia plástica" foi um marco na regeneração da Warwick Junction, ao mostrar que muito pode ser atingido através da colaboração interdepartamental em parceria com os comerciantes de rua.

A equipe iniciou o *marketing* da "New Warwick" para mudar a percepção dos usuários - funcionários públicos, políticos, do setor privado e o grande público - da área como degradada, suja e flagelada pelo crime. O exercício foi importante para comerciantes e passageiros, porque fortaleceu um sentido de apropriação e orgulho na área, e reconheceu também a contribuição das atividades informais para a economia da cidade.

LIÇÕES

O ponto de partida foi que os comerciantes de rua fazem parte da cidade e, visto de uma perspectiva econômica e social, que eles contribuem significativamente para a economia local. Houve um acordo unânime sobre a necessidade de investir na gestão do comércio de rua com uma abordagem interdepartamental (com recursos financeiros e humanos). O entendimento das necessidades e dinâmicas específicas dos diferentes segmentos da economia informal foi crucial nos projetos finais dos mercados da Warwick Junction. O estabelecimento de um centro local do projeto foi importante para a abordagem consultiva e o sucesso do projeto.

Mercado Brook Street

Mercado de ervas

A EXPERIÊNCIA DE 3 HORAS

ESTUDO DE CASO DO DISTILLERY DISTRICT

Toronto, Ontário Canadá

ENTREVISTA COM

Willie Macrae, *planejador, Cidade de Toronto Downtown Section*

"Mostramos aos incorporadores que é possível preservar prédios de patrimônio – e fazê-lo bem!"

FATO 1

5 hectares (13 *acres*)

FATO 2

0 carros permitidos no bairro

FATO 3

40 prédios

LINHA DO TEMPO

1832 Fundação da Destilaria Gooderham & Worts

1990 As operações de destilaria cessaram, criando uma oportunidade para investimentos na maioria dos prédios industriais vitorianos, todos construídos entre 1826 e 1927. Mesmo sem ser publicamente acessível, o terreno foi usado para mais de 800 produções de filmes e produção na televisão

1994 A Cidade de Toronto aprovou o *Master Plan* de Patrimônio para o Distillery District

1997 Três prédios residenciais – começo do desenvolvimento na periferia do distrito por um incorporador sem fins lucrativos

2001 O terreno foi vendido para incorporadores locais (CityScape, Inc.) que estabeleceram parceria com Dundee Realty; a parceria concretizou o *Master Plan*

2001 Começo do reuso adaptativo e preservação dos prédios patrimoniais

2003 O Distillery District abriu para o público

2010 Finalização da construção de duas torres residenciais na periferia, uma torre ainda está em desenvolvimento, e os incorporadores se candidataram para a quarta torre.

CONTEXTO

Depois de 158 anos de produção bem-sucedida de destilados, a destilaria Gooderham & Worts finalmente fechou as suas portas em 1990. A sua ótima localização, próxima à orla da lagoa Ontário e a dois quilômetros do *Central Business District* de Toronto, e os prédios históricos do terreno, fizeram com que os 5 hectares (13 *acres*) fossem uma ótima opção para renovação e investimento. Os planejadores urbanos de Toronto imediatamente começaram o processo do *Master Plan*, visando um novo bairro de uso misto, plenamente equipado, com foco em cultura, arte e entretenimento.

PROBLEMA

Desde o início, os planejadores e incorporadores se depararam com obstáculos para planejar o nível térreo. Assuntos como a preservação apropriada e o reuso adaptado dos prédios históricos no terreno, o uso e estacionamento de carros pelos moradores e visitantes da área, a manutenção dos preços baixos de aluguel, manter os locatários do andar térreo felizes durante a construção em desenvolvimento, e como poder atrair pessoas para a área (e fazer com que elas voltem!) foram todos grande desafios que precisavam de planejamento cuidadoso, estratégico. No que diz respeito aos *plinths* em particular, os prédios físicos foram o desafio. Já que originalmente eles foram projetados para produzir e armazenar álcool, colocar janelas e manter a transparência entre o espaço exterior e interior foi um pesadelo.

SOLUÇÃO

Um andar térreo bem-sucedido significava mantê-lo ativo, seguro e agradável o dia inteiro, e também à noite. O estabelecimento de uma mistura de funções, concentrada ao redor dos lugares de arte e entretenimento (teatros, restaurantes, cafés e bares) garantia uso no distrito durante o dia, à noite o ano todo. O primeiro incorporador, Cityscape Inc., insistiu na criação de uma "experiência de 3 horas" desse *hotspot* cultural único e dessa comunidade, para os moradores e para os visitantes, onde todos os tipos de pessoas vivem, trabalham e brincam juntos. Para os *plinth*s individuais, a Cityscape escolheu varejistas criativos (certamente não podia ter cadeias comerciais!) que inventaram formas originais de exibir os seus bens e atrair as pessoas para dentro de suas lojas, embora a falta de janelas e de transparência.

SEGREDOS

Desenhar para complementar a preservação. O *King Parliament Secondary Plan* identificou cada prédio do distrito e determinou especificamente quais dos seus componentes era necessário preservar – essencialmente, um conjunto de diretrizes de projeto. Em 2001, quando adquiriu a propriedade, a Cityscape estava muito empenhada na preservação patrimonial de todos os prédios do local, seguindo as diretrizes de projeto e criando uma paisagem urbana que priorizasse a preservação. Como princípio orientador, eles optaram pela restauração para recriar a sensação histórica do bairro. Além disso, as torres residenciais foram projetadas estrategicamente, fazendo com que ficassem finas e situadas na linha periférica do limite do Distrito – desse modo, foi preservada a vista histórica pelos corredores e foi mantida a máxima quantidade de luz do sol no centro da Destilaria.

Pedestrianizar a rua. Fazer com que a área se mantivesse como zona sem carros fez parte do maior componente do sucesso. Lidando apenas com pedestres, foi importante o uso de material que respeitava os entornos e a época dos prédios, projetar as entradas para que essas atraíssem e acolhessem clientes, trazer elementos paisagísticos novos e instigantes e manter outros elementos de *design* que engajassem os passantes comuns.

Inventar uma experiência de três horas. Arte pública, iluminação urbana, lugares para sentar, janelas transparentes e altos pés-direitos no andar térreo, todos contribuíram para a formação da esfera pública ao nível térreo. Apesar de os usos dentro do Distrito serem diversos, todos se encaixam debaixo do guarda-chuva de arte e entretenimento e criam um espaço acolhedor para que as pessoas caminhem, vagueem e descubram coisas novas – tudo em aproximadamente três horas.

LIÇÕES

Eliminar as grandes cadeias. A Cityscape definiu que não houvesse nenhuma cadeia comercial no andar térreo, para fazer com que a sensação local, do bairro, fosse mantida. Embora elas fossem gerar mais rendimento, a Cityscape sabia que as grandes lojas, que parecem com grandes caixas, prejudicariam a imagem do bairro.

Adquirir parceiros únicos. Os incorporadores se associaram com a Artscape, uma organização sem fins lucrativos que auxilia artistas locais, para subsidiar os espaços de galeria no andar térreo. Dessa maneira, pequenos artistas locais podem se colocar, usar e permanecer nos espaços no nível térreo.

Programar eventos. A programação constante de festivais e eventos durante o ano trouxe as pessoas para o Distillery District. Já que o clima foi um preditor consistente do tráfego de pedestres, os eventos amorteceram os efeitos do frio invernal e aumentaram o tráfego de pedestres, assim como também reforçaram a comunidade e a economia local.

IMPACTO

Economicamente, os locatários no Distrito se dão muito bem, em especial os do teatro. Artistas vieram e foram dos espaços das galerias, como já era previsto, e o nível térreo experienciou bastante circulação, embora os estabelecimentos principais e os locatários dos escritórios tenham permanecido. A pedestrianização do Distrito impactou o restante de Toronto. Já que a cidade tenta abraçar mais espaços voltados aos pedestres, zonas sem carros e implementar mais projetos de melhorias para os pedestres, os planejadores urbanos olham o sucesso do Distrito para visões e estratégias chave. Finalmente, em termos de preservação patrimonial, o Distillery District mostrou aos céticos que *pode* ser feito, que *pode* funcionar.

FAZER

- Reuso adaptado e desenvolvimento dos locais históricos, previamente usados para fins industriais
- Associar-se com organizações sem fins lucrativos e únicas, que podem trazer criatividade à mesa
- Criar diretrizes de *design* para a área, que podem complementar o projeto existente
- Pensar estrategicamente sobre a experiência potencial dos usuários.

CONCLUSÃO

Desde a sua inauguração em 2003, o Distillery District foi uma história de sucesso de renovação histórica de uma área anteriormente industrial, especialmente ao nível térreo. Mostrou-se, também, como o uso de arte pode drasticamente melhorar um bairro urbano. Ruas e bairros exclusivamente para pedestres são únicos na cidade de Toronto, e os planejadores queriam mostrar à cidade que, se funcionou no Distillery District, pode funcionar em outros lugares. Através da parceria única com a Artscape, o Distillery conseguiu estabilizar os seus locatários nos espaços de galerias e apoiar artistas novos e locais. As outras parcerias entre a Cityscape e empresas educacionais, culturais e de entretenimento levaram o Distrito também na direção certa e solidificaram a ocupação locatária dos prédios. Finalmente, os que moram nas torres residenciais na periferia do Distrito, recentemente concluídas, continuarão a apoiar e aprimorar um nível térreo ativo dentro e ao redor do Distrito – um componente importante para qualquer andar térreo bem-sucedido. O maior desafio para os próximos anos, como explicou David Jackson, da Cityscape, é fazer com que a *vibe* artística original do bairro seja mantida.

MORAR, TRABALHAR E BRINCAR

ESTUDO DE CASO DO HET EILANDJE

Antuérpia, Bélgica

ENTREVISTA COM

Filip Smits, *gerenciador de programa, Departamento de Planejamento Urbano na cidade de Antuérpia*

“O revival desse bairro é como vinho, com os anos fica melhor.”

FATO 1

170 hectares

FATO 2

1.500 habitantes hoje, expectativa de 7.000 habitantes

FATO 3

1/3 espaço público (água + cais)

LINHA DO TEMPO

1795 – 1814 Docas estabilizadas por Napoleão, como base militar
1990 Concurso Cidade ao Arroio, para planos para portos internacionais
1993 Criação do primeiro *Masterplan* para as Docas
2000 Criação do *Masterplan* por Rene Daniels
2002 Concurso de Arquitetura
2006 Os cais e armazéns históricos renovados
2011 Abertura do Museu ao Arroio
2012 Finalização do projeto de descontaminação da água e abertura da piscina flutuante em agosto
2013 Abertura do museu Pessoas Em Movimento nos armazéns históricos
2015 Realização da rede do bonde público na Eilandje

CONTEXTO

Com raízes no século 16 e uma forte presença militar durante a época de Napoleão, a área da Eilandje em Antuérpia passou por mudanças massivas. Esse bairro de 170 hectares teve um papel proeminente na vida urbana dos séculos 17 e 18, porém, no século 20, passou a ser uma barreira degradada entre o porto e a cidade. O planejamento dos anos 1990 impulsionou ânimo para o *revival* do bairro e, depois da finalização do plano, um concurso arquitetônico abriu caminho para o novo começo da Eilandje como um bairro na orla, sustentável, orientado ao transporte coletivo e com uso misto.

DESAFIOS

Os chefes de projeto se defrontaram com vários desafios, desde do início. Primeiro, as principais parcelas do terreno da Eilandje eram propriedade da autoridade portuária, com sua expectativa de lucrar com a renovação iminente da área. Esse conflito frustrou a parceria e uma estratégia geral para o bairro. Adicionalmente, a área do projeto abrigava prédios históricos, necessitando ser preservados, terra industrial demandando mitigação ambiental e água requerendo descontaminação. Transporte até o bairro que não fosse por carro e dele para o resto da cidade foi uma preocupação chave para o crescente tráfego de pedestres. Finalmente, os planejadores tiveram que abordar a imagem do bairro – como fazer com que as pessoas fossem à Eilandje e ali voltassem mais.

SOLUÇÃO

O *masterplan* completado em 2000 se focou quase que integralmente no andar térreo – incluindo as superfícies d'água e os cais. O plano regulou que os pés-direitos tivessem 3,5 metros e fossem mais altos do que os dos outros andares. As seis torres residenciais também foram preconcebidas com condições para *plinths* funcionais; cada torre devia proporcionar espaço comercial ou público no andar térreo. Embora o *masterplan* proporcionasse aos líderes de projeto e incorporadores alguma inspiração, a maior inspiração veio justamente do próprio local: a fluidez do porto e a imagem de pessoas e bens entrando e saindo do porto. Eles queriam traduzir esses fluxos e refluxos na interação com os *plinths* da Eilandje.

Na última década, os líderes de projeto da prefeitura de Antuérpia juntaram as suas forças com as autoridades portuárias e o governo flamengo para criar um novo esquema de investimento que combinasse financiamento público e privado. As autoridades portuárias, que controlam as superfícies d'água e a descontaminação, estão agora no processo de transferir a terra à cidade, com o que se permitirá à cidade focar-se na sustentabilidade e numa estratégia global para o bairro. O governo flamengo providenciou subsídios para melhorias na esfera pública, monumentos e para financiar uma nova rota de *tram*. Em conjunto, e de acordo com o *masterplan*,

os parceiros criaram um novo bairro de uso misto com uma identidade histórica e com um foco principal em alta qualidade e espaços térreos ativos.

SEGREDOS

Ponto de equilíbrio. O *revival* do bairro Eilandje é um projeto sem fins lucrativos. A prefeitura de Antuérpia aplica uma estratégia de investimentos privados com incorporadores específicos, e uma segunda estratégia, baseada em investimentos pelo mercado e interesse público, para fazer com que se produza um programa financeiro autossustentável, visando o ponto de equilíbrio. Uma das atrações principais da Eilandje, o Museu ao Arroio, é um museu público de entrada livre, com um *plinth* (e um terraço no andar superior) aberto ao público até a meia-noite.

Dividir e conquistar. Os incorporadores mostraram mais interesse em desenvolver projetos de renovação de escala menor por um período maior. Tornar o processo de revitalização mais lento permitiu "períodos de descanso" para todos os parceiros, especialmente para os habitantes, que toleraram a construção. Esse *slow urbanism*, "urbanismo lento", garantiu também muita flexibilidade e energia entre os parceiros, assim como um fluxo estável de investimentos financeiros, reprimindo os impactos da crise.

LIÇÕES

Nem tudo deve ser novo. Em razão da sua importância histórica, o planejadores e arquitetos asseguraram que, através do projeto, as pessoas ainda pudessem reconhecer e se conectar ao bairro do passado. O reuso adaptado dos armazéns e dos prédios antigos, reparando as ligações ausentes, e o reestabelecimento dos detalhes dilapidados manteve a identidade "rústica" do bairro.

Sem muros cegos. O *masterplan* requereu que todos os níveis térreos fossem áreas com funções públicas ou semi-públicas, para fazer com que as pessoas interajam com os *plinths*, as ruas e os cais – suavemente, porém enfatizando a distinção entre terra e água. Assim, não há muros cegos no bairro.

Manter contato. Em adição a manter comunicação sólida e bons contratos com todos os parceiros chave do projeto, todo ano são organizadas discussões com as pessoas que vivem na Eilandje (ou que têm interesse em morar lá). Todos os planos são comunicados aos residentes, e eles fazem observações e participam no processo de *design*. A câmara municipal ratifica essas reuniões e garante o impacto dos participantes.

IMPACTO

A revitalização da Eilandje criou uma extensão do centro urbano de Antuérpia, através do redesenvolvimento do terreno antigamente industrial. Atualmente, 1.500 pessoas moram no bairro e a expectativa é que esse número quase se quintuplique para 7.000 pessoas. O Museu do Arroio continua mostrando um andar térreo bem-sucedido e um destino para o bairro, e proporciona uma atração culturalmente importante para recém-chegados. A parceria entre as autoridades portuárias e a prefeitura de Antuérpia cresceu e, embora a crise atual, ambos os atores mantêm a energia, o ânimo e a paixão dinâmica pelo projeto.

FAZER

- Manter a identidade "rústica" quando for apropriado
  Reusar e reparar os detalhes históricos
  Considerar um processo lento de um desenvolvimento que é potencialmente rápido
- Manter horários de funcionamento das instituições culturais até mais tarde, além dos horários comerciais comuns.

CONCLUSÃO

A abordagem do projeto, priorizando um bairro denso, de alta qualidade e sustentável, trouxe nova vida e movimento na área. Essas prioridades, em conjunto com a nova estratégia financeira, com as exigências de espaços públicos e semi-públicos no andar térreo, uma verdadeira mistura de usos e funções, e opções perfeitas de transporte, garantem *plinths* bem-sucedidos e ativos. O desenvolvimento do bairro leva muito tempo, porém o "urbanismo lento" permite aos líderes do projeto considerar plenamente a sua estratégia por um ambiente de morar, trabalhar e brincar.

REVITALIZAÇÃO POR LIDERANÇA CÍVICA

NO ENTRETANTO

Emily Berwyn, profissional imobiliária e empreendedora

COMEÇANDO COM O ESPAÇO DO ENTRETANTO

Em 2009, a recessão começou a afetar duramente o Reino Unido; negócios faliram, empreendimentos ficaram parados, ruas principais se deterioraram e o desemprego grassou. Notamos que propriedades subutilizadas e desenvolvimentos frustrados foram uma oportunidade perdida no “entretanto”, e era quase impossível acessar esses espaços. A abundância de propriedades vazias compõe o declínio das ruas principais, porém as pessoas locais que precisam de espaço para desenvolver novas ideias de negócios e usos inovadores nos espaços nessas ruas são excluídas pela indústria imobiliária atrasada. A nós parecia que ali havia uma grande oportunidade - se só conseguíssemos o espaço!

Precisamos de um incentivo, que encontramos sob a forma de uma política que foi introduzida em 2009. Na Inglaterra, os donos de propriedades vazias devem pagar 100 % de taxas empresariais quando a propriedade fica vazia por três meses. Isso muitas vezes é muito caro para eles, especialmente no caso de muitas propriedades vazias (14,5 % e, nas áreas degradadas, mais de 20 %) e de declínio de ocupação.

Começamos a investigar o potencial de ocupações temporárias do espaço vazio, junto com empresas criativas, mas nos deparamos com muitas barreiras burocráticas, classes de zoneamento

Muitos dos nossos 1.100 ocupantes falharam e aprenderam com aquela experiência; porém, muitos mais usaram o trampolim de um espaço temporário para estabelecer um negócio bem-sucedido. Uma das histórias de sucesso é House of Bilimoria, Casa de Bilimoria, uma marca de roupa ética, que estava localizada no nosso *hub* Wembley, Cottrell House. Estabelecer-se em um espaço de ateliê numa rua principal, com apoio empresarial sob medida, permitiu ao empreendimento expandir o seu negócio e agora tem quatro funcionários, e avançou para alugar uma propriedade em termos comerciais. A marca estreou na London Fashion Week (Semana de Moda de Londres) em 2008 e, desde então, foi publicada no livro V&A, 'British Asian Style', 'Estilo Britânico Asiático'.

Um outro exemplo é Christian Dillon, do projeto East London Furniture, Mobiliário da Zona Oriental de Londres. Enquanto estava como voluntário num projeto no nosso espaço Whitechapel, e recuperando-se de uma lesão, ele começou a construir uma mobília de *pallets* descartados. Logo, as suas criações únicas ganharam interesse do público. Durante a Semana de *Design*, estabelecido na nossa localização Exmouth, ele exibiu os seus *designs* e trabalhou com pessoas de rua que mostraram interesse. Ao final da semana, ele teve suficientes encomendas de cafés, bares e escritórios para correr o risco e empregar seu negócio num espaço temporário seu. Três anos depois, empregando três funcionários, a sua marca é amplamente reconhecida por suas peças de vanguarda, utilizando produtos descartados.

METRO TEXTILES CORNER LTD
IMPORT • EXPORT • WHOLESALE • RETAIL

QUEENS PARA
vintage

planejadas, o acesso aos dados de contato dos proprietários e taxas empresariais exorbitantes. Assim, começamos *Meanwhile Space*, o *Espaço do Entretanto*, uma empresa social e "companhia de interesse comunitário" (CIC) em 2009, para apoiar e possibilitar o uso temporário de propriedade vazia.

O PRIMEIRO PROJETO

Em 2009, propuzemos o *Projeto do Entretanto* ao ministro, na busca de uma solução para ajudar as ruas principais a passarem pela recessão. Procuramos pessoas do país inteiro que já realizavam atividades interessantes nos espaços vazios. Encontramos 24 projetos em 17 lugares que podíamos apoiar diretamente com o fundo, nos permitindo pagar qualquer coisa que pudesse atrapalhar o projeto (por exemplo, taxas empresariais, utilidades, janelas quebradas), exceto o aluguel. O *Meanwhile Space* entregou o projeto e desenvolveu recursos a partir da experiência, inclusive um Kit do Entretanto, Políticas de Locação e Segurança.

O termo 'Uso do Entretanto' foi definido pelo *Meanwhile Space* durante esse projeto. Como conceito, *Meanwhile*, ou Entretanto, abrange a filosofia de que o espaço vazio pode ser utilizado para criar possibilidades para pessoas. Isso vai além do período *pop-up* de algumas semanas, para fazer com que se use plenamente o espaço, para o período máximo em que ele está vazio. É sobre a transformação da maneira com que as pessoas pensam sobre espaço vazio, revolucionando a indústria da propriedade, e esculpindo uma nova indústria.

AS LOGÍSTICAS DOS USOS DO ENTRETANTO

Em Março 2010, o financiamento do Projeto do Entretanto acabou. Desde então, a nossa equipe desenvolveu uma variedade de serviços relacionados à melhoria de projetos entregues, consultoria, *placemaking*, *marketing* e divulgação, treinamento, emprego e capacitação, engajamento da comunidade, pesquisa e políticas. Apenas através de divulgação verbal informal, uma rede do Entretanto de projetos, proprietários, autoridades locais, consultores e especialistas da indústria imobiliária cresceu para mais de 11.000 membros internacionais.

A maior parte da nossa renda vem da entrega de projetos em nome das autoridades locais. Por exemplo, a Queens Parade em Willesden Green ressuscitou a Willesden High Road com sucesso, através de uma abordagem criativa e flexível em intervenções de curto prazo. Uma investigação identificou lojas vazias, adequadas para uso temporário e, depois de negociações com os proprietários, asseguramos a concessão temporária inicial de 6 meses de 10 unidades vazias, que tinham estado desocupadas por 5 anos.

Durante o projeto, o Meanwhile Space apoiou 13 empresas através de negociações com proprietários ou agentes, criando concessões e contratos informais, e enfrentando processos burocráticos. O Meanwhile Space correu o risco como titular mediador da locação, e facilitou as renovações das propriedades, trabalhando junto com 25 estagiários do colégio de formação profissional local. O Meanwhile Space continuou a dar apoio por dois anos,

mas, atualmente, a Queens Parade é independente de qualquer financiamento público, com os locatários pagando aproximadamente 40 % do aluguel comercial, para que os custos das propriedades estejam cobertos até que o proprietário receba permissão pública para redesenvolvimento.

A VISÃO DO ENTRETANTO PARA UM ANDAR TÉRREO IDEAL

Todos os nossos 42 espaços foram redesenvolvidos ou alugados, como resultado direto da nossa ocupação – um incentivo excelente para os proprietários nos permitirem usar o espaço. O incentivo mais forte é que cobramos as suas taxas por propriedade vazia, enquanto eles estão procurando um novo inquilino ou esperando permissão do planejamento público. Até agora, economizamos £670.000 de taxas por propriedade vazia para os proprietários, e por todo esse tempo providenciamos espaço para mais que 1.000 *start-ups*, indivíduos e criativos.

Na nossa opinião, andares térreos devem ser diversos e oferecer ambientes mudando continuamente, vibrantes e acolhedores. Ruas principais devem se adaptar ou definhar, já que fazer compras não é mais a única atividade do centro urbano. As pessoas querem coisas interessantes para ver e que não custam uma fortuna. E cada vez mais, elas querem fazer as suas compras pela internet, ou em polos suburbanos de varejo. Não podemos mudar isso. Porém, sentimos que atividades de escala humana, lideradas a nível local, são uma boa maneira de testar novos usos na rua principal e, através do Entretanto, podemos ajudar as nossas ruas principais a se adaptar a um futuro inseguro e a tornar-se lugares distintivos e vibrantes.

A nossa visão para um andar térreo ideal é aquele onde não há espaço vazio; precisa-se prever e "curar" períodos de vacância para dar chance às pessoas de testarem uma ideia, de uma maneira bastante visível, de baixo risco e por baixo custo, mesmo que por poucas semanas ou meses. Isso requer transparência de propriedade, uma abordagem flexível de burocracias e um ponto central com todo conhecimento da área, para que o conhecimento seja facilmente acessível.

Comunidades se beneficiam socialmente de atividades no andar térreo que, caso contrário, seria propriedade vazia, que dispõem de serviços comunitários acessíveis e reduzem o flagelo e o comportamento antisocial. Proprietários se beneficiam economicamente, através da segurança da ocupação ativa, custos reduzidos para manter as propriedades vazias e perspectivas alargadas para usos futuros.

Devido ao sucesso e à demanda ampliada, a nossa equipe estabeleceu uma nova empresa coligada em janeiro de 2014, a *Unlimited Meanwhile Ltd. (Entretanto Ilimitado), para focarmos em aumentar a escala dos benefícios do uso de Entretanto, no Reino Unido e internacionalmente. Estamos também na fase inicial da criação de um App, financiado por Innovate UK, que conectará todos os proprietários de espaços subutilizados com os potenciais inquilinos*.

CULTURA TRAZ VIDA NOVA A PORTO ALEGRE

Paulo Horn Regal, arquiteto e professor

O 4º DISTRITO

Esse é o caso de uma vasta área central em Porto Alegre: o 4º Distrito. Caracterizada por expressiva arquitetura *art-deco*, a área se desenvolveu como uma das primeiras zonas industriais da cidade, onde morar e trabalhar costumavam coexistir. Os usos industriais tiveram seu pico em meados do século XX, entretanto, desde então, as indústrias passaram a se deslocar para outras áreas, resultando em muitos prédios desocupados. Após esse período, o uso residencial estagnou e a área perdeu muito do seu caráter original.

Área degradada do 4º Distrito

Garagens, companhias de transporte, alguns poucos escritórios, depósitos e a desocupação compõem agora os usos da área. A prostituição e o tráfico de drogas ocorrem em algumas ruas (mesmo durante o dia), há um descaso com tudo, os imóveis estão degradados, as ruas perderam seu charme potencial. É vergonhoso, ainda mais quando se considera o vasto patrimônio cultural, embora depredado, e a localização central da área.

O POTENCIAL ESCONDIDO

O que pode ser feito? Que estratégias devem ser adotadas? O potencial escondido desses edifícios desocupados deve ser reconhecido e utilizado. O uso como garagens e depósitos, por exemplo, deve ser direcionado para outros locais, e as ruas e espaços públicos precisam ser reativados.

Usar os prédios vazios para empresas de tecnologia inovadora ou criar um "distrito digital" é a proposta mais frequente na cidade atualmente. Já há propostas semelhantes por parte da Secretaria de Governança do Município e de uma ONG chamada CITE (Cidadania, Inovação, Tecnologia e Empreendedorismo). Todavia, pouco evoluiu em razão da grande complexidade de atores, de interesses e de visões urbanas. Além disso, a Prefeitura não toma iniciativas nem está disposta a contribuir com recursos financeiros. Aparentemente, não é uma prioridade em termos de planos e investimentos. O resultado: hoje vemos iniciativas isoladas da sociedade civil, auto-organizadas e de natureza cultural para revitalizar parte da área.

AUTO-ORGANIZAÇÃO E INICIATIVAS CULTURAIS NA FLORESTA

Empresários e moradores engajados em um dos bairros do 4º Distrito, a Floresta, deram início a algo novo. Oriundos de vontade sincera e da visão de promover alta qualidade de vida urbana, surgiram o Vila Flores, a Urbsnova e outras iniciativas.
O Vila Flores é um centro de cultura, educação e negócios criativos, além de uma plataforma para criação, produção e circulação de bens e serviços criativos. Os proprietários, a família Wallig, perceberam que o prédio reunia grande potencial para produção cultural e adotaram essa belíssima edificação com seu próprio pátio interno. Neste momento, o prédio está sendo restaurado, o que seguramente fará com que o resultado seja impactante.

O espaço permite a colaborativa realização de projetos culturais, eventos artísticos, cursos, filmagens, e é o local de trabalho de muitos artistas e profissionais do setor criativo. Alguns projetos se destinam à comunidade local, tais como o da ONG Mulheres na Construção, que promove oficinas para capacitar mulheres para o trabalho na construção civil.

Outra iniciativa, a Urbsnova, é uma agência de inovação social que pretende criar, planejar, produzir e promover eventos que, em razão de sua natureza inovadora, gerem benefícios reais para a comunidade. A agência criou o Distrito Criativo, um coletivo de artistas e empresários da economia criativa do 4º Distrito. A Urbsnova deu início a muitos projetos originais, tais como o de estimular o mercado imobiliário a considerar o uso de prédios históricos desocupados. Os prédios são vendidos a um preço menor se forem usados para abrigar economia criativa.

Vila Flores

Feira de domingo na Rua São Carlos - Floresta

O PAPEL DA UNIVERSIDADE

Essas iniciativas independentes nasceram na comunidade e estão interligadas em função do seu desejo comum de melhorar o bairro. A Floresta se beneficia de sua boa localização, um espaço urbano com charme e pessoas criativas. Os resultados das iniciativas poderiam ser ainda mais sustentáveis se contassem com mais apoio público. A Floresta poderia ter influência positiva sobre o restante mais crítico do 4º Distrito.

Em colaboração com o 4º Distrito, a Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da PUCRS está envolvida com essas iniciativas e, neste momento, dedica atenção ao 4º Distrito em todas as suas disciplinas de projeto de urbanismo, paisagismo e arquitetura. Nessas disciplinas, professores e estudantes pensam a região e propõem soluções e alternativas. A Faculdade está integrada ao Vila Flores ao ocupar uma sala exclusiva onde professores e estudantes podem trabalhar da forma mais próxima possível da área de estudo. As propostas acadêmicas são divulgadas através de exposições públicas promovidas pela Universidade, o que faz com que elas se tornem mais tangíveis. As propostas e a área recebem atenção pública crescente, inclusive da mídia.

APOIO OFICIAL É NECESSÁRIO

Embora essas iniciativas culturais não possam ser adaptáveis a outras partes diferentes e mais complexas do 4º Distrito, a vitalidade social, cultural e econômica pode estimular mudanças substanciais no programa de alguns pontos da região nos quais existam circunstâncias urbanas similares às da Floresta. Muitos trechos do 4º Distrito requerem planejamento mais minucioso e políticas públicas mais incisivas para impulsionar a sua revitalização.

A disposição de se auto-organizar e o sucesso alcançado pela comunidade da Floresta ao promover vitalidade urbana excederam as expectativas, mesmo sem assistência do governo. Todavia, se atividades culturais têm um papel fundamental na regeneração de um tecido urbano, o apoio oficial para sua manutenção é necessário. Espera-se que os esforços conjuntos da Universidade, moradores, empresários e governo possam acelerar as mudanças. Um potencial enorme permanece inexplorado. Esperamos a colaboração do município. Nós estamos prontos.

IMÓVEIS_TEMPORARIAMENTE VAGOS DÃO IMPULSO PERMANENTE

Willemijn de Boer, profissional imobiliária e Jeroen Laven, *developer* público

GESTÃO DE IMÓVEIS VAGOS E A HABITABILIDADE DE UMA CIDADE

Um prédio vazio é um lugar sem vida na cidade e tem um efeito negativo na área em sua volta. Sem energia humana e criatividade, esses locais não contribuem frutuosamente para a comunidade. Bons *plinths*, como a parte mais visível do prédio, devem ser a prioridade para contribuir de verdade para a experiência geral da rua. Quando bem feito e com os parceiros certos, o gerenciamento dos prédios vazios através de uso temporário passa a ser um caminho estratégico para trazer a função certa ao espaço certo. Porém, o que é gestão de prédios vazios e como funciona?

O POTENCIAL DE UM PRÉDIO DESOCUPADO

Um prédio que está temporariamente vazio é muitas vezes visto como uma responsabilidade. A gestão de prédios vazios reverte isso e considera essas propriedades como recursos. Estar vazio significa dizer que uma transição está ocorrendo; algo excitante está para acontecer logo. Projetos realizados pela comunidade surgem durante uma transição. E prédios temporariamente não ocupados ou vazios podem constituir um lugar comum de encontros para esses projetos, ou um local para as pessoas pensarem e compartilharem conhecimento – agregando até mais significado e poder àqueles que estão conectados com esses espaços.

Não há motivo para se desenhar um prédio para um projeto: o projeto é o processo de encaixar o prédio no uso. Nesse contexto, como pode um artista, *designer*, *performer*, pesquisador ou cientista usar um espaço vazio? Um prédio consiste de aspectos diferentes: arquitetura, localização, sensação, futuro, história – mas é o contexto de um prédio que serve como inspiração para expressão. O contexto cria um ambiente onde pessoas, visões e manifestações se conectam, mesmo se à primeira vista eles não tiverem nada em comum.

A IMPORTÂNCIA DE UM PLINTH

Os *plinths* de um prédio determinam, em grande medida, a experiência duma cidade. Uma frente de loja escura e vazia, ou um conjunto de escritórios que parece descorado e estéril, são lugares pelos quais se passa rapidamente. A importância de bons *plinths* conta tanto para o andar térreo de uso misto em bairros como para áreas de grande escala de escritórios no centro urbano. Em um projeto em Roterdã, a um cinema temporário foi dado espaço num *plinth*. Esse cinema não usava o espaço em todos os dias e encontrou co-usuários que ajudaram a tornar esse local um *hotspot* na área. Esses co-usuários viram o potencial de dar melhor significado à rua, na frente do cinema, e acrescentaram um parque temporário de *skate*. Esse parque de *skate* levou a mais ideias permanentes para o local. Agora o prédio foi reconstruído com uma função pública, baseado nas lições das experiências do cinema *pop-up*.

PRÉDIOS, A RUA E A CIDADE

As possibilidades de usar os *plinths* estão relacionadas ao contexto do prédio, que por sua vez está relacionado ao contexto da rua, e, em seguida, ao da cidade. Nos nossos projetos de uso temporário, trabalhamos nessas três camadas.
É importante adicionar funções a prédios que se encaixem neles próprios, na rua e na cidade. Desenvolvemos uma estratégia para a rua inteira, na qual os prédios individuas ganham novas oportunidades. Envolvemos também co-criadores, as pessoas usando as funções, os vizinhos, as lideranças na cidade com uma visão global das necessidades para o espaço nos seus setores, e o governo e proprietários de imóveis. Às vezes organizamos *pitches*, concursos, ou envolvemos os co-criadores para estabelecer diretrizes fortes. No final, sempre se trata de: como a cidade aproveitará?

REUNINDO OS PROPRIETÁRIOS E OS LOCATÁRIOS

Quando se escolhe um locatário temporário, é importante considerar as exigências do dono e os papeis da prefeitura, dos co-criadores e dos locatários.
O proprietário. O proprietário tem uma visão de longo e de curto prazo da sua propriedade. Os interesses de longo prazo e os ganhos financeiros de curto prazo podem se conflitar. Quando o proprietário tem vários prédios na área, a estratégia para o uso e aproveitamento de todos os prédios pode ser diferente da estratégia para prédios individuais. Para alguns proprietários, como corporações de habitação social, o valor social da propriedade pode ser tão importante quanto o valor financeiro. Alguns proprietários investem nos seus prédios, outros estão abertos para investimentos pelos seus locatários. Esses fatores influenciam outros, como o período do contrato, o aluguel, e os grupos-alvo.

EXEMPLOS DO CAMPO: LOJAS POP-UP, TEATROS E EXPOSIÇÕES

O projeto Tussentijd (O Tempo Entretanto) Roterdã/Schiedam começou em 2012 e é uma plataforma para gestão de prédios vazios "no entretanto". O projeto é uma colaboração entre ANNA Vastgoed & Cultuur (ANNA Imoveis e Cultura), uma empresa de gestão criativa de prédios vazios, e Stipo, um *developer* público na cidade.

Em Roterdã, *Tussentijd Rotterdam* (O Entretanto em Roterdã) ajudou a corporação de habitação de interesse social chamada Havensteder com a transformação de uma área anteriormente comercial, no antigo bairro de trabalhadores (Oude Noorden), em uma área de alimentação, moda e *design* (*food-fashion-design*), combinando lojas que estão na moda com lojas antigas do bairro. A corporação de habitação tinha dificuldades para dar uso a algumas lojas nas localizações menos favoráveis. Tussentijd Rotterdam entrou e alugou esses espaços para locatários que se encaixam bem no distrito *food-fashion-design*. Algumas dessas locações passaram a ser permanentes, e o distrito se tornou mais forte.

Em Schiedam, ao lado da estação ferroviária, havia um sítio grande e subutilizado, com edifícios esperando por ocupação por escritórios e outras funções voltadas à ferrovia. Tussentijd ajudou a atrair locatários temporários que se encaixam em uma estratégia permanente. Um instituto de ensino se associou a locatários locais para criar Schieveste Activity (Atividade Schieveste), uma área onde os estudantes podem praticar construir ruas, em combinação com um jardim, pontos de encontro e um ateliê do bairro. Esse projeto atrai outros institutos de ensino que têm interesse em se associar, dar nova energia à área e poderia se tornar uma função permanente se cumprir a sua própria ambição qualitativa.

A cidade. A cidade desempenha um papel importante de facilitar e na formulação de políticas. Uso temporário muitas vezes precisa de flexibilidade naquilo que é permitido, em termos de ambas, as funções e as políticas. Por exemplo, o que é e o que não é permitido pelo corpo de bombeiros? Tratamos de uma área comercial, residencial ou de entretenimento? Eventos noturnos seriam uma fonte de conflitos em uma área residencial. A prefeitura considera as suas políticas e examina o espaço potencial para flexibilidade. O uso temporário dos espaços vazios pode acelerar a implementação de certas políticas urbanas? Um prédio vazio numa área industrial de renovação pode ser disponível temporariamente para funções experimentais que representam uma possível visão do futuro para a área?

Co-criadores urbanos e os locatários. Para dar uso a prédios ou espaços vazios é preciso encontrar os locatários certos. Uma forma de manobrar esse desafio é colaborar com os atores que funcionam como co-criadores urbanos, ou outros pensadores urbanos. Esses atores têm visões diferentes da cidade, e muitas vezes sabem quais grupos na cidade têm o melhor potencial para fazer sucesso futuro. Os proprietários muitas vezes têm dificuldades de encontrar esses grupos. Além disso, locatários ou empreendedores que entendem a área onde o prédio está localizado são os atores certos para aquele prédio ou espaço. Locatários podem usar um período temporário para experimentar alugar um prédio. Caso haja sucesso, muitas vezes uma função mais permanente segue em frente. Uso temporário pode também mostrar os potenciais permanentes de um lugar esquecido na cidade. Usar e ocupar prédios ou espaços vazios pode beneficiar uma área ou a cidade, mas pode também ser uma ameaça para os locatários existentes ou nas proximidades, bem como para o sistema de arrendamento.

UM EMPURRÃO PARA USO TEMPORÁRIO

Uso temporário não é uma solução fácil, porque vai contra o fluxo dos sistemas e rotinas estabelecidos, e muitas vezes causa insegurança e exige um novo conjunto de capacidades. Com os métodos e objetivos certos, o uso temporário pode trazer ganhos para todas as partes envolvidas: um impulso permanente para a cidade que também beneficia os proprietários e os empreendedores.

O FESTIVAL DE LOJAS VAZIAS EM BUDAPEST

Levente Polyák, urbanista

KEK NASCEU

KEK é o Centro Húngaro de Arquitetura Contemporânea (uma ONG focada em urbanismo, arquitetura e *design*). O KEK começou em 2005, quando um grupo de arquitetos, urbanistas, jornalistas e artistas decidiu lançar um espaço para discutir arquitetura e a cidade. De forma fortuita, o grupo ganhou acesso a um armazém antigo no pátio de um museu. O armazém, na proximidade da estação ferroviária Keleti em Budapest, relativamente central, porém pouco conhecida, estava em mau estado. Subutilizada por décadas e pintada com grafite soviético, precisava de melhorias significativas para acomodar eventos e o público.

O prédio em si foi um catalizador para o KEK: deu forma à organização e determinou muitas das suas atividades. O tamanho do armazém permitiu eventos profissionais, debates e conferências, e também estimulou festas depois do expediente. O prédio trouxe um novo espaço cultural a um bairro de trabalhadores, conhecido por sua alta densidade e um padrão de vida mais baixo. Ao abrir um quintal para a rua local e transformá-lo num espaço vibrante e acessível, o KEK aumentou a visibilidade da área para um público da cidade toda, e começou a mudar a sua sensação de insegurança. Além disso, a experiência de abrir esse armazém, que ficou vazio por muito tempo para o público, inspirou o KEK a assumir um papel em renovação urbana.

ENTENDER A DESOCUPAÇÃO

Desde meados dos anos 2000, observamos ruas inteiras perdendo os seus comércios e trânsito de pedestres, e os espaços públicos adjacentes virando lugares desolados. Consciente do problema emergindo de propriedades vazias, como resultado combinado de má gestão e a crise econômica, o KEK iniciou uma investigação sobre o fenômeno de desocupação.

O programa Lakatlan, conduzido pelo KEK, pesquisa maneiras de reusar propriedades em Budapest que tinham estado vazias por muito tempo. Referindo-se à palavra húngara para "não habitado", o programa combina pesquisa, advocacia e atividades de mediação. Iniciativas *bottom-up* e de pequena escala, como jardins comunitários, parques participativos, lojas *pop-up* e espaços sociais no tecido existente são algumas das prioridades do programa para estimular o movimento de revitalização urbana.

Em 2012, lançamos um programa para entender as causas, os padrões e os potenciais de lojas, escritórios, escolas, hotéis, grandes lojas de departamentos, cinemas e teatros por toda a cidade. Uma atividade central foi o mapeamento dos espaços vazios na cidade, e a elaboração de modelos para revitalização urbana de pequena escala, baseada no reuso das lojas e prédios vazios em um bairro. Em maio 2013, o KEK e a Wonderland Platform for European Architecture (Plataforma do País das Maravilhas para Arquitetura Europeia), baseada em Viena, convidaram arquitetos de Helsinki, Sheffield e Roterdã para trabalhar juntos em um plano de bairro para uso temporário de propriedades vazias. O *workshop* gerou perguntas que abriram o caminho para as próximas fases do programa Lakatlan: como os espaços vazios podem se tornar elementos de um ecossistema na escala do bairro, onde certas atividades e funções apoiam as outras? Como as comunidades podem ajudar a sustentar comércios locais, dando-lhes visibilidade dentro das redes locais? Como os negócios locais podem contribuir para as atividades comunitárias e vice-versa? Uma rede de espaços vital pode devolver vida às ruas abandonadas?

O FESTIVAL DE LOJAS VAZIAS

Inspirado pelo *workshop* e por várias viagens de estudo, o conceito de conectar o processo de revitalização urbana com as necessidades das iniciativas *bottom-up* foi o princípio na base da fase operacional do programa. Em setembro 2013, começamos a trabalhar com organizações cívicas, empresas sociais e iniciativas culturais, mapeando as suas necessidades espaciais, meios organizacionais e capacidades co-operacionais, e as conectamos com os proprietários de espaços que ficaram desocupadas por muito tempo. Através do nosso trabalho com os funcionários da prefeitura, profissionais de imóveis e organizações cívicas, ficou clara a necessidade de novas estruturas, políticas e intervenções para lidar com espaços vazios.

O Festival das Lojas Abertas

Workshop de planejamento cooperativo em Nyugati Ground

Workshop de investigação na loja de departamentos Skála Metró

Esse trabalho resultou no Festival de Lojas Vazias em outubro 2014, organizado com a prefeitura de Budapest, porém com participação principalmente de lojas privadas – mostrou claramente a gestão inflexível de propriedade pela prefeitura. O Festival abriu lojas que ficaram vazias por muito tempo, para uma dúzia de iniciativas, prontas para se instalarem no espaço térreo por um mês, testando as vantagens e desvantagens de presença física e disponibilidade constante. O júri estabeleceu critérios claros: as iniciativas selecionadas tiveram que abrir nos horários de expediente regulares, interagir com o seu ambiente e organizar eventos. Enquanto surgiu em vários relatos da mídia e entrou na cultura urbana *mainstream* através de *quiz* de televisão, o Festival também trouxe a vida de volta às ruas com localização central, porém pouco apreciadas, trazendo centenas de pessoas aos eventos das lojas temporárias. Recolocando essas ruas no mapa e trazendo uma ideia de como essas ruas poderiam funcionar se fossem melhor gerenciadas, o festival conseguiu mostrar a capacidade urbana transformacional de espaços térreos revitalizados. No final do mês, cerca de um quarto das iniciativas fechou contratos de longo prazo com os seus proprietários, com base na confiança mútua e entendimento crescente das posições um do outro.

Apontar as possibilidades de prédios maiores, bem como de espaços menores, distribuídos, desenhar os contratos de aluguel cautelosamente, e uma organização cuidadosa das atividades de renovação e manutenção se mostraram elementos chaves para sustentabilidade das iniciativas acomodadas. É aqui que os próximos passos do programa estão nos levando: a investigar as possibilidades de financiamento, modelos econômicos e formatos legais para a renovação cooperativa, a gestão e propriedade dos espaços urbanos vazios. Iniciativas da comunidade, empreendimentos sociais conjuntos e gestão cooperativa são cruciais para o sucesso de revitalização urbana: ali está o interesse de revitalizar os espaços térreos abandonados pelo comércio. Ali está a capacidade de tirar as nossas ruas da crise.

A CIÊNCIA DA DIVERSÃO EM SÃO PAULO

Jeniffer Heemann, urbanista e especialista em comunicação social

AS PESSOAS SÃO OS ESPECIALISTAS

Para mim, um bom espaço público é um lugar onde as pessoas se sentem bem e seguras, um lugar onde elas queiram ficar. Porém, não cabe a mim definir quais são as características de um lugar assim. Só as pessoas que vivem e trabalham próximas ao espaço podem definir isso.

O que é bom para uma cidade ou um bairro pode não ser bom para outro. Talvez essa seja a razão pela qual vemos tantos espaços públicos subutilizados ou abandonados nas nossas cidades: eles foram criados sem a opinião e a participação da comunidade. Nesse contexto, *placemaking* pode ser uma solução. *Placemaking* é um processo que transforma qualquer espaço público em um lugar que responde às necessidades e desejos da comunidade, convidando as pessoas a *viver a cidade*, conectar-se, e ser mais saudáveis e felizes.

Para entender necessidades e desejos de uma comunidade, precisamos engajar as pessoas no início do processo de construção de um espaço. Há muitas maneiras de engajar pessoas (*Project for Public Spaces*, - Projeto para Espaços Públicos- e *People Make Parks*, -Pessoas Fazem Parques-, têm ótimos instrumentos). Porém, engajar a comunidade pode não ser uma tarefa fácil, principalmente em culturas nas quais o voluntariado e a participação em projetos sociais e políticos não são tão comuns, como em algumas regiões brasileiras. No Brasil, as pessoas são alegres e querem se divertir, por isso criamos uma maneira alegre e divertida de discutir assuntos

urbanos importantes e de engajar as pessoas na criação de espaços públicos. Conduzimos as nossas atividades através do Bela Rua – nossa organização sem fins lucrativos no Brasil, que estuda a vida dos espaços públicos para desenvolver projetos e soluções urbanas focados no comportamento, nos desejos e nas necessidades das pessoas.

BAND-AIDS PARA AS CALÇADAS

Muitas calçadas em São Paulo estão cheias de buracos, fissuras, degraus e outros obstáculos. Em 2012, o Hospital das Clínicas da cidade revelou que 18 % das vítimas de queda atendidas no hospital caíram em calçadas da capital paulista. Infelizmente, esse assunto não foi de grande interesse da mídia ou dos cidadãos. Para chamar a atenção para o problema, criamos Curativos Urbanos, uma campanha que usou *band-aids* gigantes e coloridos para sinalizar buracos e outras "feridas" nas calçadas. Durante um mês, o projeto chamou a atenção das pessoas e de pelo menos cinco canais de televisão, quatro jornais, três revistas, duas estações de rádio e muitos *blogs* e *websites*. Além disso, cidadãos em dez outras cidades Brasileiras, em Roma e em Paris replicaram o projeto. Em São Paulo, o responsável pela manutenção da calçada é o proprietário do imóvel lindeiro a ela (e não a Prefeitura). Muitos cidadãos não sabem da sua responsabilidade, então o projeto também serviu para informar e alertar as pessoas. E muitas "feridas" foram curadas mesmo!

UM CUBO FOI FORMADO

Para transformar espaços públicos em lugares vivos e inspiradores para as pessoas, testamos abordagens diferentes para entender as necessidades e desejos da comunidade. Porém, quando perguntávamos às pessoas sobre um espaço, elas não conseguiam imaginar algo diferente ali. Elas simplesmente não viam aquele espaço público como um lugar que poderia ser melhor para pessoas.

Por conta disso, o Bela Rua criou um método que mostra diferentes exemplos de uso de um espaço público, observa como as pessoas reagem a essas novas atividades e inspira as pessoas a contribuir com novas ideias para o local. Nós o chamamos de $(RUA)^3$, ou Rua ao Cubo. $(RUA)^3$ é um cubo gigante e móvel que temporariamente transforma qualquer espaço público num lugar com muita diversão, cultura e arte. De dentro do cubo, podemos tirar bancos, jogos, instrumentos musicais e o que mais for necessário para oferecer novos usos a um espaço. Depois de instalado, o cubo se torna a base para todo tipo de atividades, como shows, karaokê, aulas de yoga, exibições de arte, jogos para todas as idades, sessões de cinema, *workshops* criativos, entre outras. É também uma oportunidade para artistas e negócios locais promoverem o seu trabalho e serviços.

Durante a experiência com o cubo, o Bela Rua observa e analisa quantas pessoas usam o espaço, qual é o perfil dessas pessoas e quais atividades mais as atraem. Além disso, também conduzimos pesquisa e instalamos painéis interativos onde as pessoas escrevem as suas necessidades e desejos para o local. Após três semanas de estudos e pesquisas, é preparado um relatório sugerindo soluções permanentes para o espaço, baseado na análise da experiência. Em 2014, esse projeto foi implementado em São Paulo, com resultados mensuráveis. As atividades divertidas chamaram a atenção da comunidade para uma praça subutilizada e mostraram às pessoas exemplos de usos diferentes para o espaço. O cubo também nos ajudou a entender as necessidades e os desejos da comunidade, através de pesquisa e painéis interativos onde as pessoas escreviam as suas ideias para melhorar a praça. O resultado mais impressionante: em um sábado à noite, um show de jazz foi responsável por aumentar em quase 15.000 % o número de pessoas que frequentavam o local.

TRÊS PRINCÍPIOS PARA CRIAR UM LUGAR ÓTIMO

Número 1: descubra e entenda as necessidades e os desejos da comunidade. Como Fred Kent sempre fala, “As pessoas são os especialistas! ”. Número 2: teste as ideias. Sinta-se livre para experimentar, e observe como as pessoas interagem entre si e com o espaço. Os nossos quadros negros permitem às pessoas deixarem comentários sobre o que elas gostam e o que está faltando. Número 3: faça com que o processo seja divertido. Estamos trabalhando em mais projetos usando uma abordagem alegre e divertida para ter certeza da sua efetividade. Se muitas vezes usamos arte e humor por diversão, por que não os usar para melhorar a vida urbana também?

IMAGINAR QUE UM ESPAÇO PODE SER DIFERENTE

Francisco Pailliè Pérez, psicólogo social

DEFININDO PLACEMAKING

Placemaking é um processo através do qual um lugar é concebido e gerado. De um espaço particular – uma rua, uma vaga de estacionamento, um parque antigo, uma viela esquecida, um lote vazio – para um lugar onde as pessoas queiram se reunir e se encontrar umas com as outras. *Placemaking* é fazer lugares onde as pessoas queiram estar e, juntas, compartilhar a vida.

Porém, então, qual é a diferença entre fazer um lugar particular e *placemaking* como ação em si? Quero dizer, desde o começo da humanidade, lugares foram construídos e feitos, então porque o *placemaking* é tão novo, e importante, hoje em dia? Tem a ver com o impacto do processo; *placemaking* é para construir algo para outros, para comunidades inteiras, cidades inteiras e, através disso, para qualquer necessidade humana. *Placemaking é* a habilidade de desenhar e criar algo, de pensar no público, ao invés de nos interesses privados; é para agregar valores simbólicos a detalhes, e para gerar resultados para o usufruto da vida pública.

Além de construir para todos, *Placemaking* significa construir por todos, e não pelos poderes políticos ou corporativos e egos pessoais. Através do empoderamento de atores diferentes dentro de uma comunidade (para se manifestar e/ou mudar o modo como eles vivem em um lugar), qualquer projeto ganha credibilidade e aceitação. Além disso, através do envolvimento dos atores locais, garantimos que os espaços que criamos expressem uma identidade compartilhada, resultando em cidades diversas e genuínas que reforçam o patrimônio cultural, valores sociais e ideologias.

George Perec escreveu que “viver é passar de um espaço para o outro, enquanto se esforçando para não colidir com você mesmo”. Acho que *placemaking* é o melhor e o mais seguro para-choques (um para-choques mais suave e adequado) que a humanidade encontrou depois de séculos de construção de lugares. Dá valor e emoção aos lugares que habitamos e aos espaços que dividimos como seres humanos: o espaço público. No final, *placemaking* reconfigura a nossa vida pública e lhe dá significado, recuperando o objetivo da sua própria existência.

IMAGINE ALGO DIFERENTE

No Derive LAB, visamos explorar, compreender e inspirar outras (novas) maneiras de viver e pensar sobre a vida. Sempre começamos com uma re-imaginação como instrumento para os processos de placemaking. Nós, os cidadãos, temos a oportunidade de repensar, redesenhar e recriar os espaços que estamos vivenciando. A habilidade de imaginar que um espaço possa ser diferente já cria uma possibilidade de mudá-lo; e, se quisermos cidades novas, melhores, alegres e agradáveis, precisamos permitir-nos re-imaginá-las. Mesmo que as coisas não mudem a curto prazo, marcar uma ideia (seja ela absurda ou realista) é o começo das suas múltiplas possibilidades. O sucesso (como produto final) não é exatamente o nosso objetivo principal, que é, sim, convidar outros a refletir e mudar

para construir novas e melhores cidades.
Placemaking é sobre a criação de lugares, ao mesmo tempo que questiona: porque a cidade parou de surpreender os seus cidadãos? É por isso que o processo de *placemaking* é tão atraente. Intervenções de *placemaking* podem ser rápidas e eficazes em termos de custos. Movimentam e surpreendem as pessoas e instalam pensamentos criativos do re-imaginário. O objetivo de *placemaking* não é chegar a um fim, e finalizar projetos de construção, mas sim ser capaz de pensar, criar, melhorar, e depois disso, repensar e melhorar novamente, para nosso bem-estar, felicidade, e cidades melhores para viver.

TRÊS PRINCÍPIOS PARA CRIAR ÓTIMOS LUGARES

Imaginação
Pensar numa mudança, e as suas possibilidades, sempre é um bom começo. A imaginação é um instrumento poderoso que podemos usar para mudar a função e o significado originais de um lugar, para responder às necessidades atuais da comunidade. Em alguns casos, o desempenho de uma rua poderia ser melhor se ela funcionasse como um mercado, um estacionamento pode funcionar como cinema ao ar aberto, ou uma viela abandonada como uma galeria. Quando re-imaginr os lugares que vivenciamos, sempre pense nesta expressão de Henri Lefebvre: "Um espaço existente pode sobreviver ao seu objetivo original e a *raison d'être* que determina as suas formas, funções e estruturas; então, de certa maneira, pode se tornar vazio, e suscetível de ser desviado, re-apropriado e ter um uso bastante diferente do original."

Construção coletiva
Acreditamos profundamente na força de *Human-Centred Design*, "*Design* Centrado no Humano"; porém, há uma grande diferença entre desenhar para as pessoas e desenhar com as pessoas. Em todos os nossos processos, convidamos pessoas para participar na concepção de ideias, mas também na implementação e construção dessas ideias. No final, lugares são para isso, reunir-se e compartilhar as visões da vida com outros.

Escala Humana
É importante manter o ser humano no centro da cidade, para entender o valor de *design* e dos seus detalhes, dadas as possibilidades que esses trarão à nossa interação. Temos de lembrar que tudo que criamos deve ser baseado nas escalas naturais, humanas, porque terá impacto direto na maneira com que as pessoas usam o espaço.

Bônus: Aproveite do que você tem!
A revitalização convencional pede grandes investimentos e recursos. Tentamos provar que podemos trabalhar com os recursos que temos ao nosso alcance; um clima maravilhoso, diversos materiais locais, mercados públicos bem-sucedidos, rico patrimônio cultural, vizinhos criativos buscando um lugar para expor e para se engajar com novos públicos, e em geral, o conhecimento da comunidade!

DE VIELA A GALERIA PÚBLICA

O projeto #GaleríaBallindamm é um projeto de Urbanismo Tático e Acupuntura Urbana em uma viela abandonada e esquecida, chamada Ballindamm Alamos, localizada em uma área industrial na Cidade do México. Cidades modernas deveriam providenciar suficiente espaço público para a sua população, porém, por várias razões, há um déficit nessa oferta; há *gaps* nas cidades, e áreas vazias e abandonadas são recursos inexplorados para uso público.

A proposta é intervir artisticamente e culturalmente, através de ações especificas e periódicas. O Derive Lab criou uma galeria a céu aberto, com livre acesso para todos. O objetivo da #GaleríaBallindamm é fazer com que a viela se torne vibrante; dar-lhe vida e "algo" para oferecer aos vizinhos e outros moradores da cidade. Queremos transformar a viela num corredor seguro e simpático com um motivo para passar o tempo nele.

150 NOVOS NEGÓCIOS EM 2 ANOS

ESTUDO DE CASO DE NEUKÖLLN BERLIN

Berlim, Alemanha

ENTREVISTA COM

Stefanie Raab, *arquiteta e dona da Coopolis*

"Nos nossos projetos de lojas vazias, estamos empenhados em propor novas formas de cooperação entre proprietários e interessados por espaço, para desenvolver o lugar como é preciso para um futuro estável e sustentável."

FATO 1

aproximadamente 40% dos habitantes em Neukölln do Norte são imigrantes, 37% vive de subsídios sociais

FATO 2

30-50% das lojas nos *plinths* em Neukölln do Norte estiveram vazios

FATO 3

300 novos espaços interinos em 5 anos

LINHA DO TEMPO

1920 Neukölln, no sudeste de Berlim, incorporado na cidade
1945 Neukölln faz parte do setor Americano em Berlin Ocidental
1961 Início da construção do Muro de Berlim pela Alemanha Oriental (DDR)
1989 A queda do Muro de Berlim em 9 de Novembro 1989
1999 Parlamento Alemão, o Bundestag, reinstalado em Berlim
2003 O tribunal superior da Alemanha remove as restrições de zoneamento em Berlim
2005 Stefanie Raab e Maria Richarz começam o projeto Zwischennutzungsagentur em Neukölln
2010 Zwischennutzungsagentur vira Coopolis e concretiza 150 novas lojas no andar térreo
2012 A associação de Proprietários Imobiliários de Neukölln homenageia Stefanie Raab com uma Distinção Honorífica

CONTEXTO

Durante a Guerra Fria, Berlim Ocidental era desolada e desprezada como local para morar. O governo ofereceu aos homens a possibilidade de deslocar-se, se eles quisessem evitar servir no exército. Essa promoção atraiu uma certa população e criou um polo para estilos de vida alternativos. Quando o muro de Berlim caiu em 1989 e Ocidente e Oriente se reuniram no ano seguinte, foi antecipado um crescimento populacional enorme. Foram construídos muitos novos prédios habitacionais, escritórios e lojas em Berlim. Nos anos seguintes, o número de habitantes não cresceu ao nível que havia sido previsto, causando um excesso de espaço vazio que foi rapidamente ocupado pelo setor criativo. Havia a criatividade, porém infelizmente a economia não a seguia. Dessa cidade - onde não há salários mínimos - se fala muito; em Berlim ninguém tem trabalho, mas todos têm um projeto.

PROBLEMA

Neukölln, um distrito de Berlin Ocidental, com 250.000 habitantes, é cortado pela S-bahn (linha elétrica) em duas partes distintas: a parte Sul é rica e a parte Norte é pobre. Stefanie Raab, antiga moradora de Neukölln-Norte, reconheceu as lojas vazias nos andares térreos como potencial para o desenvolvimento de empresas de pequena escala com um risco calculável de investimento para os empreendedores locais. Ela convenceu os proprietários imobiliários locais de uma nova maneira de cooperação com empreendedores locais, dando-lhes chance de começar os seus negócios sem alugueis altos.

SOLUÇÃO

Inspirada pela ideia de usos cooperativos para as lojas vazias, Stefanie Raab iniciou o projeto Zwischennutzungsagentur (agência para uso temporário), junto com Maria Richarz em 2005. Em pouco tempo, tornou-se o escritório de planejamento Coopolis, para coordenação de uso temporário e sustentável, *networking* e participação, com foco especifico em Neukölln. Em três anos, o Coopolis coordenou o uso temporário de 150 novas lojas de moda, ateliês de costura, galerias, cafés, serviços para jovens, clubes de música e outros locais, em quatro bairros diferentes de Neukölln-Norte. O tecido urbano do distrito foi redefinido de uma zona comercial clássica, por desocupação, para uma zona pública colorida e atraente, para indústrias criativas e iniciativas locais, em prédios de diferentes tamanhos e estilos. O conteúdo do espaço mudou de lojas tradicionais para uma zona colorida de uso misto. O elo que faltava era alguém que pudesse conectar o empreendedor com o espaço de que ele precisava. Como conector, o Coopolis conseguiu subsídios públicos para organizar o processo de mudança, ao invés de para os alugueis ou investimentos nos próprios espaços. O objetivo era, já desde do início, moderar os acordos entre os proprietários imobiliários e os ocupantes, para fazer com que eles não dependessem de subsídios.

SEGREDO

Investimento. O Coopolis mantém relações excelentes entre os proprietários e os locatários, através do seu próprio investimento – e o locatário devolve também através dos seus investimentos. Muitas vezes as lojas estavam em más condições, sem chance de ser renovadas pelos proprietários, porque eles não podiam se permitir a renovação. O Coopolis apoiava as negociações contratuais, ouvia os proprietários e as suas necessidades, e apoiava os locatários na primeira fase das suas empresas ou projetos. Os resultados foram contratos para ambas as partes: os próprios locatários investiram através de renovação das lojas, e os proprietários ganharam novos usuários para as lojas vazias, que não pagavam muito, mas faziam com que o lugar ficasse mais atraente e habitável. Em pouco tempo, os prédios residenciais vazios foram também ocupados, seguindo o novo uso do andar térreo.

Abordagem prática. Como habitantes de Neukölln, o Coopolis tem toda a possibilidade de ver e encontrar os seus clientes *face-to-face*. O seu conhecimento especializado do bairro lhe permite a capacidade de pensar *e* fazer.

LIÇÕES

Papeis. Stefanie é a intermediária entre famílias/proprietários imobiliários e os empreendedores, enquanto Maria é a *coach* de novos empreendedores. Com seus papéis bem difinidos, Stefanie e Maria são especialistas no que fazem.

Planejamento de conjuntos. O Coopolis trabalha com conjuntos de lojas e intermedía a colaboraçao com um coletivo dos residentes que co-criam os espaços de uma maneira orgânica. Uma vez que os locatários/empreendedores investiram nos seus espaços, o Coopolis ajuda os participantes em conjunto a se conhecerem e colaborarem no futuro.

IMPACTO

O subsidio do bairro para aluguel faz com que os locatórios fiquem mais tempo e continuem a investir nos seus espaços. Todos os 150 empreendedores originais mantiveram os seus negócios. Os andares térreos das ruas de Neukölln são ativos de dia e à noite. Será um aspecto crucial nos próximos anos que os proprietários valorizem os engajamentos dos seus novos empreendedores. Se eles aumentarem os aluguéis demasiado rápido, os empreendedores partirão e a atratividade atual será destruída. Para prevenir isso, o Coopolis começou com um novo passo, que envolve uma rede de colaboração local entre os proprietários locais.

FAZER

- Usar conhecimento local
- Estabelecer fórmulas híbridas
- Promover segurança de longo prazo para os locatários

CONCLUSÃO

O projeto social do Coopolis promove planejamento de longo prazo e um ganho de alta qualidade para os *plinths* em Neukölln. Usando o esquema de subsídio do bairro, os empreendedores se aproveitam de alugueis inferiores e ao mesmo tempo são estimulados a investir nos seus espaços. Essa fórmula híbrida revitalizou a área e garantiu um andar térreo para muito tempo. Nos últimos anos, Neukölln se posicionou como um lugar único na cidade para experimentar e promover uma cultura de empreendedorismo. Projetos como De Klunkerkranich, Ritas Häkelclub e Rita in Palma são apenas alguns exemplos da energia tremenda na área. Klunkerkranich é um projeto comunitário, realizado por um grupo de aproximadamente 500 pessoas e custou em torno de €100.000. É uma fazenda urbana, local de música, e café/bar, em um estacionamento subutilizado no centro de Neukölln.

EINLADEN &
INSEMINARE
DAS
SCHWARZE
GLAS

FRAGILE

PARA UMA CIDADE AO NÍVEL DOS OLHOS

TEMAS, DIMENSÕES E LIÇÕES QUE CONTRIBUEM

Jan van Teeffelen

PARA A CIDADE AO NÍVEL DOS OLHOS

Quando se olha as contribuições que estão neste livro, o que vem à mente é um conjunto interessante em relação aos diferentes atores na "cidade ao nível dos olhos". Primeiro, há planejamento: pensar para o futuro em relação à maneira com que construímos e desenvolvemos hoje as nossas cidades e ruas. Segundo, há propriedade: o equilíbrio entre o que é desejável e proveitoso do ponto de vista dos investidores e empreendedores no curto e longo prazo. Temos também a ideia de um "sentido de lugar": uma atitude e entendimento do contexto e das dinâmicas de uma rua, de todos os tipos de observadores que olham para a cidade (pesquisadores, os *insiders*). A força do projeto é de um outro nível, variando de estéticas (como as coisas parecem) e a experiência da cidade (como as coisas funcionam). O último é o desenvolvimento inteligente: a arte de gerenciar a cidade em cooperação com os *stakeholders*, para aprimorar a qualidade urbana (pesquisa, experiência e troca de conhecimento como um objetivo compartilhado). Esses aspectos são entrelaçados e não devem ser discutidos separadamente. Por fim, mas não menos importante, as pessoas vivem a cidade: elas usam a cidade ao nível dos olhos e lhe dão certos sentidos compartilhados ao longo do tempo. No final, a sua apreciação dirá *como está o pudim*.

O QUE O PLANEJAMENTO PODE FAZER

Planejamento urbano é um campo em contínua mudança, devido à maior insegurança e complexidade nas sociedades de hoje. Mais que em desenvolvimentos baseados no objeto, expressões arquitetônicas icônicas e planos estruturais que se movem

lentamente, o planejamento hoje em dia é focado nas dinâmicas, na qualidade existente e na energia da cidade para melhorias urbanas. O planejamento está tratando mais da cooperação, de trocar conhecimento e da definição de papeis nos processos. Uma razão importante para essa mudança são os recursos dos governos em declínio. A ambição e a direção da cidade de longo prazo devem encontrar novas conexões com a *nuvem* de iniciativas das pessoas e dos negócios que supervisionam bem os seus domínios de interesse. Sob a luz da crise econômica atual e exigentes preocupações ambientais e de qualidade para áreas urbanas, essa nova abordagem do planejamento é necessária.

A compreensão da cidade ao nível dos olhos nessa nova abordagem de planejamento é uma área relativamente pouco desenvolvida. Um novo corpo de conhecimento pode ser extraído dos projetos deliberados de tentativa e erro que são conectados a diferentes comunidades na cidade: vê o que acontece, vê se funciona, cria inovações e estabelece uma nova norma. Esse estilo de planejamento demanda uma troca de perspectivas de longo prazo e experiências do curto prazo. O planejamento deve, principalmente, se concentrar em transição e *reset*, ao invés de em adição e crescimento, porque o número de funções necessárias para bons *plinths* (lojas, restaurantes, serviços etcetera) é limitado.

O QUE O DESENVOLVIMENTO PODE FAZER

Existe uma diferença entre o desenvolvimento da cidade de uma maneira espontânea e orgânica, e o desenvolvimento que siga esquemas de planejamento e empreendimento de projetos. Do ponto de vista do consumidor - as pessoas que frequentemente usam a cidade ao nível dos olhos -, as ruas urbanas devem ser desenvolvidas e gerenciadas no nível entre os interesses privados e a exibição pública. Essa abordagem trata de gestão de imóveis vazios, uso temporário e envolvimento da comunidade. Esforços do passado provam que pode ser aproveitado um valor acrescentado que não teria ocorrido no caso de uma base puramente comercial. A missão é a de convencer os participantes e preencher o vazio entre o curto horizonte dos empreendedores e o longo prazo de aproveitamentos possíveis.

O QUE A PROPRIEDADE PODE FAZER

A propriedade imobiliária única ou múltipla é uma caraterística essencial e qualificadora das ruas e *plinths*. É uma mistura de negócios funcionando em vários horários ao longo do dia e da noite que as pessoas esperam de uma cidade vibrante, que elas querem usar o tempo todo. O que a propriedade pode fazer está ligado (dentro do quadro legal de contratos) ao aluguel e diferenças no volume de negócios das lojas. Propriedade imobiliária única e o poder de gestão numa rua podem realizar uma estratégia de longo prazo que pode ser ajustada a mudanças de circunstâncias. Porém, muitas vezes faltam o movimento local espontâneo e as intervenções nas “reais” ruas vitais. Por outro lado, para ruas urbanas com a propriedade em várias mãos, a tarefa é a de providenciar segurança, hospitalidade e conforto. Os dois modelos ensinam lições importantes.

O QUE UM BOM "SENTIDO DO LUGAR" PODE FAZER

Iniciativas, ideias e ambições de negócios locais e globais contribuem para a qualidade da cidade ao nível dos olhos. Por um lado, as lojas e *start-up*s únicas, muitas vezes de pequena escala, dão uma certa energia, ou *couleur locale,* à rua. Elas procuram ruas em ascensão, não muito longe do centro urbano ou do coração do bairro ainda marginal, mas, e talvez exatamente por isso, com um certo charme. De outro lado, existem as marcas globais, que exigem um certo tamanho de espaço para estabelecer uma loja *flagship* e para dar ênfase à marca e a uma experiência de estilo de vida. Essas marcas procuram localizações de alto padrão que oferecem alta densidade e impacto de consumidores. Temos que fomentar ambos os tipos de comércio, porque eles atraem novas pessoas e fazem com que as pessoas voltem para mais. Entre as lojas urbanas locais e as grandes lojas *flagship* de marcas globais, existe a pequena escala, a assim chamada "cidade calorosa" - feita para passear. É aqui que se encontra a economia criativa e de experiências, nos cafés para tomar café da amanhã, galerias, bares e confeitarias, parques e ruas.

Atores locais e globais pensam e investem na perspectiva do sentido do lugar, de uma ideia sobre uma localização, da posição no padrão do trânsito, densidades das ruas e a sua atração ao público. A luta é encaixar todas as peças do quebra-cabeças em uma só cidade, e atender ao específico sentido de lugar e identidade de cada bairro. Cidades históricas com um sentido de lugar "caloroso" terão problemas para se encaixar nas modernas fórmulas comerciais e de entretenimento de grande escala, enquanto em muitos casos faltam as ruas de pequena escala, necessárias para pequenos negócios e um ambiente acolhedor, nas cidades com um sentido de lugar "moderno".

O QUE O PROJETO PODE FAZER

Planejamento e desenho urbano foram conduzidos, por motivos muito diferentes ao longo do tempo, mudando do fornecimento de grandes números de habitação de interesse social para a providência de infraestrutura para o automóvel, devido aos grandes parques de escritórios, *shopping*s e polos de trânsito. Vemos hoje uma nova transição para cidades baseadas em redes e conhecimento – a forma ainda mais complicada.

Por décadas, o desenho urbano contribuiu com temas do desenvolvimento urbano: com o funcionalismo como modo da vida urbana, com os assuntos sociais em habitação e espaço público, com a imagem da cidade em altos edifícios e ícones urbanos e, recentemente, com as questões ambientais e a qualidade da cidade existente. A "cidade ao nível dos olhos" é um novo tema que contribui para a relação entre os prédios e as ruas, e para o impacto do desenvolvimento de prédios altos na experiência ao nível da rua. Há um novo e diferente "comissário" em desenho urbano: melhorias no nível térreo, a facilidade de achar o seu caminho, espaço público, espaço verde e uso temporário. Isso encapsula uma mudança de desenho de um olhar de cima para um olhar do nível térreo, e de uma perspectiva voltada ao impacto para uma outra baseada no usuário.

TAKE ACTION #1 - RUA: O PLACE GAME E O JOGO DO PLINTH

Hans Karssenberg, *developer* público

Transformar uma rua, um distrito, um centro urbano ou criar um novo distrito com uma fantástica cidade ao nível dos olhos leva anos e geralmente envolve passos incrementais pela frente. Porém, arrancar rapidamente é fácil e logo cria os primeiros ganhos rápidos. Um dos primeiros passos é envolver a comunidade desde o começo: incorporadores, proprietários, empreendedores, cidadãos, especialistas do governo local, pessoas novas que tomam iniciativas e os "loucos zelosos".

O PLACE GAME

Para um início rápido e fácil, para envolver uma rede numa análise compartilhada e para gerar novas ideias para o futuro, ao longo dos anos, alguns instrumentos provaram funcionar bem. A Project for Public Spaces desenvolveu um *place game* (jogo do lugar), um jogo estruturado e baseado na comunidade, que leva um dia inteiro para todos os envolvidos.

A ideia básica desse "jogo sério" é que a comunidade seja a especialista, como foi descrito no artigo sobre *placemaking*, por Fred Kent e Kathy Madden. Os empreendedores, usuários e proprietários que diariamente ocupam um certo espaço trazem conhecimento sobre a utilização cotidiana, ou a subutilização dum lugar, e muitas ideias sobre como obter as primeiras melhorias rápidas e como tornar um espaço um lugar. Pessoas novas que tomam iniciativas, especialistas do governo local e incorporadores trazem conhecimento sobre como desenvolver o lugar a longo prazo. Esses dois conjuntos de conhecimento são ambos necessários – e a comunidade é a espinha dorsal, já que ela manterá o lugar numa base cotidiana. A apropriação é a chave.

No *place game*, dividimos um grupo maior em grupos menores, e depois iniciamos com a análise da área. Caminhar e conversar em grupos menores, analisar juntos a rua, com base na intuição de todos, voltar com ideias compartilhadas – o jogo cria uma mentalidade diferente. Permite a atuação interdisciplinar, derruba barreiras, e junta as pessoas para elas se apropriarem e criarem os seus próprios lugares.

Durante o *place game*, pensamos em razões para visitar a área, segundo a análise do efeito de "triangulação" de William H. Whyte: tipos diferentes de usos e funções se acumulando. Cada área, praça e rua pode ser subdividida em 10 subespaços, no mínimo: a força de 10 (como foi explicado no artigo por Norman Mintz). Se todos esses subespaços tiverem 10 razões para as pessoas visitá-los, o lugar inteiro terá 10x10 razões, e sempre será confortável, de dia e à noite.

"Mais Claro, Mais Rápido, Mais Barato" é um mote crucial, e as soluções variam desde colocar cadeiras móveis para um pátio e abrir janelas fechadas, até vilarejos de contâineres – qualquer coisa que a comunidade invente e defenda. Junto com ações de curto prazo vem a confiança dos *stakeholders* e da comunidade. O prazo longo conta com três anos; o prazo curto com até três meses. É melhor investir um pouco mais de antemão do que ter de esperar por resultados por tempo demasiado, criando desapontamento.

O JOGO DO PLINTH

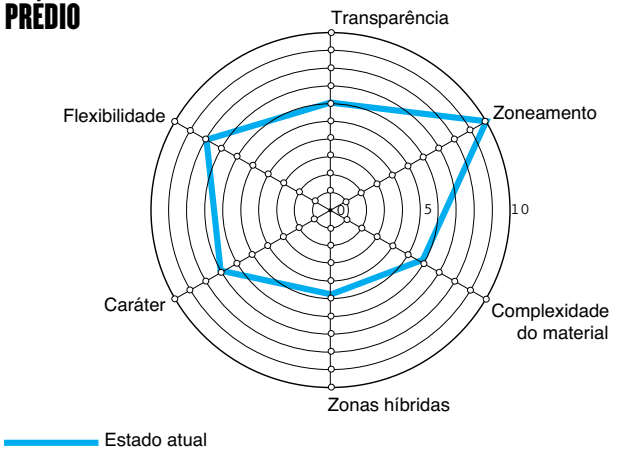
Entender a cidade do nível dos olhos começa com aquilo que nós vemos e sentimos. É, em primeiro lugar, intuitivo. É algo, também, que deve ser trabalhado ativamente. Uma estratégia de *plinths* é muito mais que simplesmente preencher um espaço vazio. Trata-se de desenvolver uma estratégia baseada em co-criação, flexibilidade, criatividade, *placemaking* e princípios básicos de desenho urbano.

Ao focar-se nos *plinths* urbanos, use os critérios deste livro para fazer um jogo de plinths. Os *workshops* podem ser organizados no nível de uma rua singular que precise ser melhorada, ou para o desenvolvimento de uma nova estratégia para uma cidade inteira, para ambas, áreas existentes e novas áreas. No caso de uma rua singular, um dia pode ser suficiente para começar; no caso de uma cidade inteira, são necessários dois dias, no mínimo. Em ambos os casos, são cruciais entrevistas prévias com profundidade, de uma pessoa com outra, com pessoas que representem uma variedade de ângulos. Para o jogo de *plinths*, também precisamos que todos os participantes criem novas soluções: os proprietários dos prédios, locatários, novas iniciativas, empreendedores, moradores, incorporadores, especialistas em manutenção, do varejo, espaço público, reuso de prédios vazios, *designers* de novos prédios, tudo dependendo da situação existente.

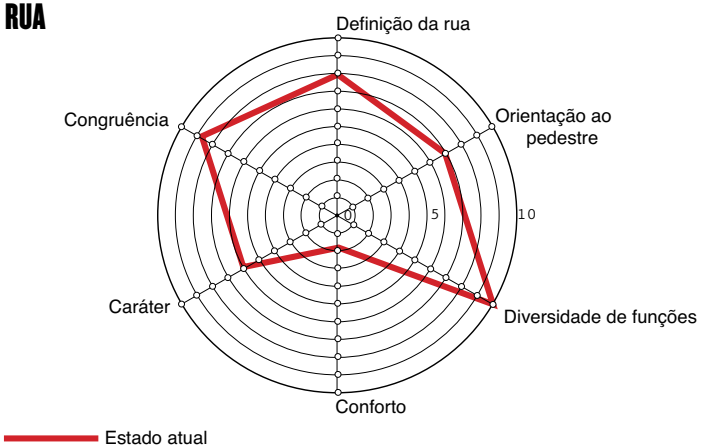
Durante o jogo, os critérios deste livro podem ser adaptados à situação local e ajustados em "gráficos-aranha". O uso dos gráficos-aranha é fácil. Para cada critério, concede-se uma nota entre 0 e 10 para a situação atual (adicionamos sugestões para as notas em uma brochura, que pode ser baixada de nosso *website*). A seguir, adicionam-se as notas para a situação desejada. A diferença entre as duas "teias" proporciona rapidamente uma visão geral da situação.

PONTONJÄRGARTEN

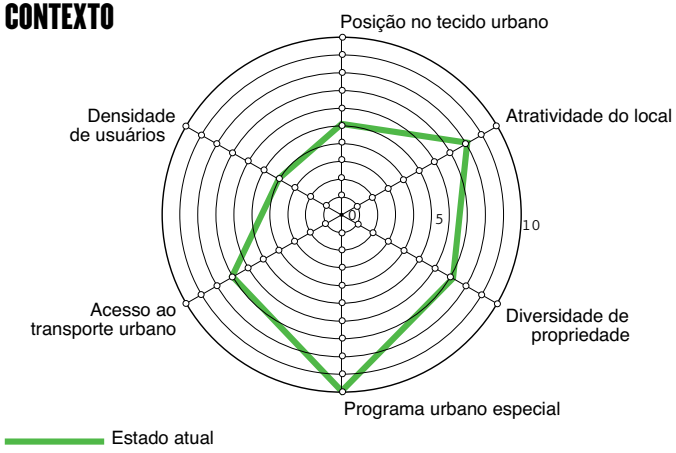
PRÉDIO



RUA

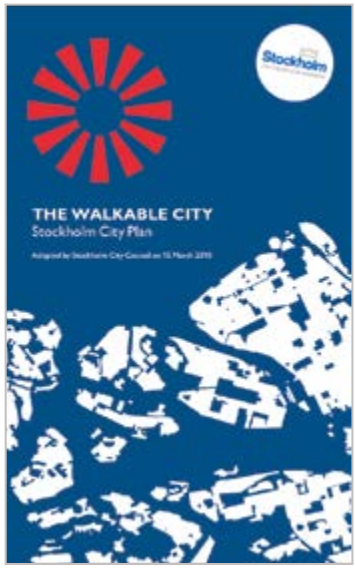


CONTEXTO



Exemplo de Gráficos-Aranha

Grupos interdisciplinares podem, cada um, se ocupar de ruas diferentes ou partes diferentes de uma rua, analisá-las e gerar novas ideias para o futuro. Em um evento compacto e inspirador, de um ou dois dias, uma visão e plano compartilhados podem ser criados. Listar ações de curto e longo prazo ajuda, bem como referenciar-se em precedentes de outros lugares. Porém, a parte mais importante é, como disse Jane Jacobs, *caminhar juntos na rua*.



Plano da Cidade de Estocolmo: A Cidade Caminhável

EXEMPLO: PLANO DA CIDADE DE ESTOCOLMO: A CIDADE CAMINHÁVEL

Os jogos do *plinth* que organizamos em Estocolmo mostram um bom exemplo de um rápido início para desenvolver uma estratégia para toda a cidade – tudo em quatro dias. O Plano da Cidade de Estocolmo, A Cidade Caminhável, diz que "o objetivo geral é a criação de um ambiente urbano mais denso, coeso, versátil e dinâmico, com oportunidades para uma variedade mais ampla de casas, negócios, serviços, cultura, experiências, etcétera".

O seu crescimento é um motivador muito importante para Estocolmo, e a cidade visa aumentar o número de unidades construídas de 100.000 para 140.000 nos próximos anos (de 5.000 a 7.000 por ano). Isso será um grande desafio, especialmente quando se combinam as áreas novas e a densificaçao com a Cidade ao Nível dos Olhos. Há um forte sentido histórico e a motivação de não repetir os erros do passado.

Rua do arquétipo modernista

Passar das palavras à ação se tornou um assunto importante; um habitante disse: "Foi chamada a Cidade Caminhável, mas o que isso significa além de palavras?" A ideia precisa de uma tradução mais concreta, demandando mudanças concretas na rua, porém também exige o desenvolvimento de novos instrumentos e estratégias. Organizamos um jogo do *plinth* de dois dias, durante o qual conduzimos entrevistas com os *stakeholders* e caminhamos pelas ruas em 12 áreas da cidade, analisando os *plinths* atuais e trocando ideias sobre maneiras de desenvolver novos critérios e instrumentos. O jogo resultou numa energia altamente condensada e muitas novas visões.

Desenvolvimento recente de rua

Com o apoio dos gráficos-aranha, analisamos três ruas arquetípicas em Estocolmo: 1. Subúrbios pós-guerra de baixa densidade, 2. Desenvolvimentos recentes de quadras e 3. O centro urbano tradicional.

Ruas tradicionais no centro urbano

Todos esses arquétipos têm contextos muito diferentes e, portanto, precisam de abordagens diferentes. O arquétipo modernista demanda reuso e reabertura dos andares térreos, que muitas vezes são fechados ou são garagens. *Plinths* podem ser reusados para, por exemplo, *start-ups* locais e lojas étnicas, da mesma maneira que isso já acontece em Rinkeby, em Estocolmo.

Novas áreas construídas precisam de uma variedade de critérios e mecanismos para seu cumprimento efetivo pelos incorporadores imobiliários. Isso pode ser parcialmente atingido por "regras não-negociáveis", como Alan Jacobs as chama, e parcialmente através de provocação das partes do mercado e da recompensa por bom comportamento, permitindo, por exemplo, construção mais alta em troca de bons *plinths*.

Para o centro tradicional, é mais importante a reestruturação dos *plinths* existentes, e realizar um certo tipo de gestão abrangendo a rua ao invés de os prédios individuais. Isso resulta em um comportamento diferente, que talvez permita funções mais adequadas, por um aluguel um pouco mais baixo nos prédios individuais, deste modo reassegurando a imagem e o nível de renda da rua a longo prazo.

Durante os dois dias de jogo do *plinth*, quatro grupos diversos analisaram 12 ruas – dentro do centro urbano e nas áreas suburbanas escolhidas pela prefeitura. O processo resultou no desenvolvimento de novos critérios para bons *plinths* residenciais no contexto especifico de Estocolmo, bons *plinths* de uso-misto, e critérios para novas áreas a serem construídas no futuro.

DE JOGO PARA LUGAR E GESTÃO DE PLINTHS

Os jogos e *workshops* oferecem uma maneira muito boa para começar. Porém, para realmente fazer uma mudança, é preciso uma mistura de:

– "Pau & Cenoura": tanto diretrizes de implementação e manutenção rígidas, como induzir novas iniciativas através de recompensa por bom comportamento e mostrar melhores práticas;
– "Pensar & Agir": Em uma *networked city*, uma cidade de redes, concretizar ações e desenvolver conhecimento e estratégias;
– "Existente & Novo": A Cidade Caminhável agendou tanto a construção de casas quanto encontrar e implementar os segredos que estão por trás de fazer mudanças graduais nas estruturas existentes.

O primeiro foco é fazer as coisas acontecerem agora, para criar âncoras de atividades energéticas nos locais chave nos momentos de pico, e para coletar ideias do público, permitindo surpresas durante o caminho. Cria-se uma "festa móvel", trazendo vida às ruas e tirando os interiores dos prédios para fora. Como as primeiras ações trazem sucesso, a comunidade pode começar a enfrentar desafios maiores. Depois que as redes, lugares e ruas tenham se desenvolvido mais, as ações iniciais gradualmente evoluirão para um tipo de gestão de rua, área ou lugar. É um processo orgânico. Isso não lida apenas com telhas quebradas e limpeza, mas também com a gestão constante do estímulo a novas atividades, testar, aprender de outras ações e melhorar.

Você quer mais? Materiais dos workshops *podem ser baixados dos respectivos* websites *de The City at Eye Level (A Cidade ao Nível dos Olhos) and Project for Public Spaces (Projeto para Espaços Públicos), www.thecityateyelevel.com / www.pps.org.*

TAKE ACTION #2 - DISTRITO: BOTTOM-UP SE ENCONTRA COM TOP-DOWN

Jeroen Laven, Gert Jan te Velde e Paul Elleswijk

ZOHO ROTERDÃ

O Zomerhofkwartier, em Roterdã, mais conhecido por ZoHo, é uma área anteriormente industrial/de negócios, no limite do centro de Roterdã. Ao longo da última década, a corporação de habitação de interesse social Havensteder comprou a maior parte da propriedade imobiliária, com a intenção de redesenvolver a área para uma área residencial. A Havensteder já possui 10.000 casas nas áreas adjacentes, e o ZoHo está localizado entre as suas propriedades e o centro urbano. O futuro do ZoHo influencia o valor social e econômico do seu portfólio de propriedades já existente.

Recentemente, vemos uma tendência emergente nas indústrias leves: estão saindo das bordas periféricas da cidade, e querem estar presentes no centro urbano vibrante. Os planos de revitalização das moradias no ZoHo foram postergados, parcialmente devido à crise econômica na Holanda, e parcialmente devido a essa tendência. É possível que, desde o começo, fosse boa a ideia de transformar o ZoHo numa área residencial, porém talvez existam alternativas melhores para essa área tão central e onde há poucas pessoas morando.

Em 2013, a Havensteder decidiu correr um risco com o ZoHo, dando uma chance ao '*slow urbanism*', ou urbanismo lento. Por um período de 10 anos, a área tem a oportunidade de ela mesma se desenvolver. A menos que uma parte venha com uma oferta financeira que não possa ser recusada, o ZoHo poderia dar a si mesmo um novo sentido pela cidade. A área poderia redescobrir o seu próprio futuro. Durante esses dez anos, se tornará claro o que o futuro está reservando à área. Habitação, funções comerciais, em prédios existentes ou novos. O que ficar melhor.

SLOW URBANISM

A abordagem no ZoHo é chamada de *slow urbanism,* "urbanismo lento". Pode ser descrito como um processo onde os tradicionais parceiros públicos de planejamento (na Holanda, a corporação de habitação de interesse social e o governo) dão espaço a outras partes para elas mesmas se urbanizarem.

No ZoHo, a Havensteder se reuniu com a Stipo, um *developer* público local, que acordou de se estabelecer na área. Em estreita colaboração com o governo local e locatários novos e existentes, foi iniciado o processo. Durante o primeiro ano (2013) conseguiram dar uso para quase toda a propriedade imobiliária da Havensteder que estava vazia. A área se tornou conhecida como um lugar para experimentos de planejamento urbano e que contribuiu com a revitalização da cidade, no mundo profissional de Roterdã, no país e mesmo internacionalmente. A experiência ao nível dos olhos exerce um papel chave nessa revitalização.

QUAIS FATORES CHAVE RESULTAM NESSE COMEÇO BEM-SUCEDIDO?

Havensteder

– A Havensteder decidiu que, por 10 anos, não redesenvolverá ela mesma a sua propriedade na área,
– Os valores totais do aluguel recolhido e dos gastos com a propriedade na área terão de chegar ao ponto de equilíbrio durante esse período (no mínimo).
– A Havensteder não precisará, ou apenas minimamente, investir financeiramente na área
– Os locatários da Havensteder se beneficiam dos contratos de aluguel flexíveis, de manutenção, da oportunidade de escolher colocatários, etcetéra.
– A Havensteder convida locatários para apresentarem ideias que melhorem o bem-estar social dos bairros adjacentes, onde a Havensteder possui a maior parte dos imóveis.

Governo

– O governo se concentra em facilitar, não através do fornecimento de dinheiro, mas através da criação de margens nos regulamentos e da aceleração de processos, quando a área (a corporação Havensteder e/ou os locatários) demande isso.
– Usando a manutenção como uma chance de investir no espaço público. Por exemplo, o sistema de drenagem no ZoHo precisa ser atualizado. O governo investe no espaço público e combina isso com uma estratégia de adaptação ambiental. O governo convida partes locais para se associarem nesse processo.

Locatários

– Os locatários na área tomam iniciativas para liderar e co-criar a visão e a estratégia da área.
– Os locatários convidam potenciais novos locatários futuros, para poder informar a Havensteder sobre quais deles deveriam (ou não deveriam) ganhar espaço.

– Os locatários pensam juntos com a Havensteder e o governo sobre a estratégia para a esfera pública, incluindo ambos, o espaço público e os prédios.
– Os locatários programam a área, têm um *website* e a sua própria estratégia de *marketing*.
– Os locatários estão ativos na melhoria social da área.

É óbvio que o ZoHo em si tem muito potencial. Inicialmente, a abordagem progressiva e flexível da Havensteder e do governo atraiu locatários os quais sentiam-se corresponsáveis pela área. A combinação total criou um início já ganhando: gestão de mente aberta e a presença de precursores interessantes (como a Stipo), que não apenas se mudaram para a área, mas que também trouxeram a sua experiência para melhorá-la.

Estamos orgulhosos de falar que o ZoHo pode ser descrito como uma área com 100 proprietários informais. As partes estão colaborando para dar um novo futuro ao ZoHo que será bom para as partes individuais, para a área e para a cidade.

O ZOHO AO NÍVEL DOS OLHOS

Como antiga área industrial/de negócios, o espaço público foi projetado para o carro, com ruas largas, demasiadas vagas de estacionamento e pavimentação mundana. Além disso, os *plinths* dos prédios sobredimensionados foram muitas vezes usados como depósitos e estacionamentos internos e fechados, sem terem funções no andar térreo.

A localização em si é ótima: no limite do centro urbano, próxima à (nova) estação central e adjacente a um bairro emergente. Grandes prédios se situam ao lado sul e oeste da área, e o trânsito de passagem é pequeno, fazendo com que a área seja pouco conhecida por pessoas da cidade ou mesmo do bairro. Em suma, o ZoHo era conhecido como uma área insegura e pouco atraente. Para os locatários, a cidade e a Havensteder, foi essa a razão para melhorar a esfera pública.

AÇÃO DIRETA

Utilizando as lições da primeira edição de *A Cidade ao Nível dos Olhos*, os locatários, a prefeitura e a Havensteder começaram a trabalhar na melhoria da qualidade ao nível dos olhos, a esfera pública. Exemplos:
Melhorar os *plinths*: Em contratos com os novos locatários no nível térreo, foi feito um acordo de que os *plinths* devem ter uma função e uma aparência pública. Foram feitos contratos sob medida para cada *plinth*, que respondem às necessidades dos proprietários, locatários e do bairro.
Melhorar a esfera pública do ZoHo: Os locatários têm um papel na manutenção e no desenvolvimento do espaço público no ZoHo, facilitados pela Havensteder e pela prefeitura.
Melhorar a segurança: Locatários e moradores têm um papel ativo na melhoria da segurança. Foi fundada uma cooperação do bairro na qual essa função é executada.

SEIS EXEMPLOS DE MELHORIAS DO ZOHO AO NÍVEL DOS OLHOS

1. Roodkapje (Chapeuzinho Vermelho), uma plataforma cultural local, foi o primeiro novo locatário no ZoHo. A sua combinação de restaurante, galeria de arte e local de shows musicais ganhou um espaço temporário num supermercado antigo. Na noite da sua inauguração, 1.500 pessoas compareceram e colocaram o ZoHo no mapa de Roterdã. A Roodkapje foi convidada como função temporária no ZoHo, fazendo parte da estratégia de *placemaking*. Depois de dois anos, a Roodkapje saiu, para que uma função mais permanente pudesse entrar.

2. Ao invés de uma fachada fechada com dormitórios no *plinth*, o hostel De Mafkees (O Louco) convidou empreendedores sociais para o seu *plinth*, variando de uma oficina de consertos de bicicleta até um centro de informações para jovens. Desse modo, o prédio e a área, ambos, se conectaram num nível mais profundo.

3. Restaurante Gare du Nord é um restaurante orgânico e vegano, bem-sucedido, dentro de um vagão ferroviário antigo, num terreno baldio. O restaurante acrescentou um *plinth* móvel à área. As pessoas que trabalham no restaurante são moradores do bairro, e foi adotado um espaço verde que fica na frente do restaurante que agora funciona como terraço a céu aberto, um jardim público e como horta onde se produz a alimentação.
4. O Gele Gebouw (O Prédio Amarelo), caraterizado por uma fachada fechada no nível térreo, abriu o seu *plinth*. Um cinema *pop-up* está ativo no *plinth* do prédio, e uma antiga garagem foi transformada no Mesh Print Club (um clube de serigrafia). O próximo passo será investir uma parte do aluguel para abrir mais o *plinth* e adicionar um restaurante. Acrescentar duas portas e uma nova janela e, mudar a alocação de um escritório para um restaurante já criaria um uso do *plinth* completamente diferente. Um orçamento mínimo com resultado máximo. O Van Schagen Architecten, estabelecido no prédio também, conduz o projeto de levantar os investimentos necessários para o *plinth* e melhorar a qualidade do prédio. Além disso, na frente do prédio, foram acrescentados estacionamentos para bicicletas e um pequeno *parklet* (extensão da calçada para um certo uso público) substituiu um estacionamento subutilizado.
5. A prefeitura de Roterdã solicitou ao Urbanisten, um escritório de paisagismo baseado em Roterdã, que produzisse uma estratégia de adaptação climática para o espaço público do ZoHo. Em colaboração com locatários e moradores locais, e facilitada pela prefeitura, a implementação começou logo. Em poucos dias, duas vagas de estacionamento e a calçada adjacente foram transformados num pequeno parque, simbolizando o futuro da área. Isso foi apenas o primeiro passo de uma transformação mais ampla, que beneficia também o uso do *plinth* do Gele Gebouw.
6. Os residentes do Distrito Norte, do qual o ZoHo faz parte, começaram uma cooperação para a área. Essa cooperação se concentra em iniciativas dos moradores para melhorar a sua área de um modo economicamente sustentável. O dinheiro deve circular na área sempre que possível. Um dos primeiros objetivos da cooperação é melhorar a segurança. Junto com a polícia, os proprietários, o governo e locatários, análises sociais e físicas de como melhorar a segurança devem ser feitas. Essas análises resultam agora em ação.

OS PRÓXIMOS PASSOS

Há muita energia no ZoHo. Os 100 proprietários não-oficiais da área compartilham uma responsabilidade de melhorar a qualidade do local e do seu "nível dos olhos". Isso resultou em um sucesso, porém, ao mesmo tempo, é difícil fazer com que um novo visitante enxergue isso. O primeiro passo é tornar a estratégia sustentável.

Os *stakeholders* desenvolverão mais a estratégia da *Cidade ao nível dos olhos*, na qual visões e planos *bottom-up* e *top-down* se encontram. Uma estratégia em conjunto levará a resultados inesperados, e se encaixará da melhor maneira na área. O objetivo é que, em poucos anos, todos os *plinth*s e toda a esfera pública atingirão um outro nível de qualidade. O governo investirá na manutenção dos espaços públicos, porém, além disso, há poucos recursos. Mesmo assim, atingiremos os nossos objetivos. Enquanto o espirito ZoHo continuar, e a Havensteder e o governo local facilitarem o processo, será adequada a força de investimento das partes locais. O futuro do ZoHo ao nível dos olhos está brilhante.

TAKE ACTION #3 - CIDADE: PROPRIEDADE E A CHAVE PARA TRANSFORMAÇAO

Emiel Arends e Gábor Everraert

A FORMA URBANA DO CENTRO URBANO DE ROTERDÃ

Os prédios pós-guerra no centro urbano não são conhecidos pelos seus elementos que definiriam bons *plinth*s. O espaço público é voltado ao carro e muitas quadras urbanas são monofuncionais. Pior ainda, a maior parte dos prédios ocupam um espaço longitudinal, formando trechos de ruas ou quadras, e a maioria das fachadas estão esticadas horizontalmente. Além disso, as fachadas dos prédios pós-guerra não são expressivas como as dos prédios do século 19 (ou os mais antigos) e têm menos detalhes.

Para realizar *plinth*s de alta qualidade, críamos um conjunto de critérios específicos, que ajustaram os prédios pós-guerra. Utilizamos o conhecimento de vários especialistas holandeses e internacionais e extraímos os critérios e as diretrizes básicos para um bom *plinth* em um centro urbano moderno. Combinamos esses critérios com pesquisa feita pela prefeitura sobre como as pessoas usam a cidade (através de investigações extensivas com os pedestres). O resultado foi um estudo abrangente e uma estratégia. Desde o primeiro estudo, definimos um *plinth* como sendo a combinação de espaço público, o andar térreo e os primeiros andares dos prédios adjacentes, e o programa (uso ou atividades) que há nele.

Em 2008, a prefeitura de Roterdã introduziu um novo plano para o centro urbano: “Para um *Lounge* da Cidade”. Esse plano enfatizou o papel do nível da rua e a maneira com a qual experienciamos o centro urbano. Como resultado, iniciamos muitos projetos de melhorias das ruas e dos espaços públicos e lançamos, em 2011, em toda a cidade, a estratégia de *plinth*s “Roterdã ao nível dos olhos”.

PROPRIEDADE É A CHAVE

Embora o quadro da estratégia dos *plinths* tenha providenciado toda a informação e todos os instrumentos de que precisamos para criar bons *plinths*, notamos rapidamente que propriedade é a chave para ter sucesso na transformação de *plinths*. Os proprietários (e as ações) em relação à melhoria de ruas e *plinths* podem ser divididos em três grupos distintos: espaço público, o programa e o prédio. Na nossa experiência, essa divisão permite a mistura adequada de intervenções e atores para uma revitalização do *plinth* bem-sucedida. Cada grupo tem o seu conjunto diferente de instrumentos, prazos e proprietários.

Espaço público

Bons *plinths* e bom espaço público compõem os dois lados de uma mesma moeda. Juntos, eles produzem a experiência da cidade ao nível dos olhos. Tradicionalmente, o desenho e a manutenção do espaço público são um privilégio do governo. Desde 2007, a estratégia do desenho do espaço público em Roterdã está mudando na direção de um foco em pedestres e ciclistas. Os últimos oito anos foram excelentes para as melhorias do espaço público; o financiamento da prefeitura foi abundante. Porem, recentemente os recursos diminuiram dramaticamente. Métodos experimentais ou temporários para transformar as ruas agora têm prioridade na agenda. Exemplos incluem o estabelecimento de "*parklets*" (pequenos espaços públicos) sobre as vagas de estacionamento para aumentar o uso da calçada, áreas de vegetação móveis e menos restrições ao uso das ruas.

Uma nova tendência é permitir às partes privadas desenharem e (principalmente) manterem o espaço público, apenas quando possuem um grande volume de imóveis adjacentes ao espaço. Essa tática parece trazer ganhos para todas as partes: a cidade economiza dinheiro e o espaço público é melhorado. Além disso, as partes privadas estão por dentro por muito tempo; não há desenvolvimento do tipo "ataca-e-foge"; elas entendem que o valor da sua propriedade aumentará se a esfera pública estiver bem desenhada e mantida.

Programa

O sucesso de uma rua, e do funcionamento dos *plinths*, depende do programa certo. Escutar e antecipar as demandas dos seus usuários é chave. Duas tendências estão formando a maneira com qual as nossas ruas são usadas: a internet e a economia de compartilhar. Em razão da influência cada vez maior da internet na nossa vida cotidiana, fazer compras se tornou mais uma atividade de lazer ao invés de uma necessidade diária, resultando em diminuição de rendas comerciais e aumento de imóveis vazios. A economia de compartilhar também é culpada. As gerações mais novas preferem o *uso* à propriedade: ter um aparelho ou produto virou menos favorável, enquanto alugar passou a ser mais apreciado. A economia de compartilhar provoca novas ideias para usos e atividades nas nossas ruas, como os espaços de *co-working*.

Empreendedores ditam o tipo e a variedade do programa, porém tendem a focar nos seus próprios negócios. Gerir uma pequena empresa leva tempo e o rendimento muitas vezes é baixo, e devido à falta de tempo e fundos, os empreendedores não querem ou não podem fazer mudanças para contribuir com uma melhor rua ou *plinth*. Depois de vários encontros com associações de empreendedores, aprendemos uma lição valiosa: o sucesso está nas pequenas ações, fáceis de implementar e de baixo custo. Simplificar a informação (às vezes técnica ou espacial) e dividi-la em partes abrangentes ajuda também. Por exemplo, com o departamento municipal e um especialista de iluminação, os próprios empreendedores podiam instalar a iluminação com os certos parâmetros para a intensidade, a cor e o posicionamento das luminárias. Em alguns meses, mais de um terço dos empreendedores na rua fez, ele próprio, os ajustes.

Um exemplo mais tradicional: muitas vezes são usadas cortinas rolantes pelos comerciantes nos horários fora do expediente. As cortinas são metálicas e convidam para o grafite, e são simplesmente feias. Através de legislação, o governo local incentivou os proprietários das lojas e os empreendedores a trocarem essas cortinas por alternativas mais simpáticas. Por algum tempo, as novas cortinas foram parcialmente pagas pela prefeitura; depois, a legislação obrigou os proprietários das lojas a trocá-las, porém sem subsídios.

Prédios

Para melhorias de ruas e *plinths* em grande escala, os investidores imobiliários (e outros proprietários de prédios) são os principais atores. Obviamente, investidores se preocupam com seus próprios imóveis. Quanto mais proprietários em um quarteirão, maior é a competição pelo mesmo programa. Mais competição significa mais olhos no preço: lucro. Isso se mostra uma estratégia fatal para as ruas e resulta num programa repetitivo e genérico, e um maior número de prédios vazios. Portanto, quanto menor o número de proprietários, melhor. Com menos proprietários fica mais simples de se compreender o quanto uma rua

boa e agradável é crucial para negócios de longo prazo. Um programa diverso e único pode não gerar o preço por metro quadrado desejado de um prédio particular na rua, porém a rua como um todo se beneficiará desse programa e isso estimulará a renda dos proprietários das lojas e dos prédios, que sofrerão menos quedas e taxas de desocupação de prédios a longo prazo. Nas ruas em Roterdã nas quais há uma visão compartilhada, é evidente o sucesso.

SE RESUME A QUEM SE PREOCUPA

Não há uma receita para uma estratégia de *plinths* bem-sucedida. Trata-se, portanto, da questão de *quem realmente se preocupa com uma rua ou lugar?*

Empreendedores? Com empreendedores, esteja preparado para um processo com um resultado inseguro. Novas iniciativas se focarão ou em mudanças cosméticas, ou num novo programa (dentro e fora). O papel da prefeitura é restrito ao (principalmente pequenas intervenções no) espaço público e a contribuir com a legislação para programas e atividades temporárias e para novas fórmulas. Mudanças são possíveis, porém levam muito mais tempo e a prefeitura precisa organizar e ajudar a estabelecer uma base comum. Para maior sucesso: simplifique a informação, divida-a em passos fáceis. Proporcione ações que são de baixo custo e fáceis de implementar. Um *marketing* comum da área ou da rua é importante e geralmente feito pela associação dos varejistas.

Os proprietários dos prédios? Se os proprietários dos prédios se preocupam, torna-se mais fácil conseguir o financiamento para investimentos, renovação e restruturação de espaço (interior e exterior). Gestão de ruas (*street management*) pode fazer uma mudança de verdade, com um "gestor de ruas" dedicado, que faça com que a rua se torne mais atraente, fisicamente e economicamente. Dessa maneira, todos os *stakeholders* têm voz no espaço público, no programa e nos contextos dos prédios. Novos empreendedores seguirão. A gestão de ruas estabelece a confiança entre os *stakeholders* de que todos os atores ajam como foi acordado. Além disso, o *marketing* por um gestor de ruas é mais objetivo, e consequentemente dura mais. Interesse geral tem prioridade sobre interesse individual, e as possibilidades de curto e longo prazo são profundamente investigadas.

O governo local? Quando a prefeitura é a única responsável pela melhoria da qualidade de uma rua, acreditamos fortemente que não deve se fazer nenhum esforço (ainda). São absolutamente vitais a colaboração e o desejo

dos empreendedores e/ou proprietários dos prédios para abraçar um processo de melhoria. Se nenhuma dessas partes estiver na coalisão, torna-se provável que haverá necessidade de substanciais fundos públicos e que a realização do plano será limitada a um curto período. O declínio pode voltar facilmente depois da finalização dum projeto. Naquele momento, apenas a legislação poderá prevenir mais degradação da área ou do espaço.

Regularização permanece como uma das tarefas mais importantes da prefeitura. Além dos planos de zoneamento, politicas estéticas formam a base duma estratégia de *plinths*. Quando as pessoas começaram a investir nos seus prédios, notamos um aumento dos pedidos por embelezamento do espaço público. Emergem mais dois elementos: pesquisa e o que chamamos de *corretagem*. A nossa pesquisa anterior sobre os fluxos de pedestres deu uma ideia vital sobre as dinâmicas dos *plinths* e das ruas, e remodelou políticas e ações. Corretagem seria a troca rápida de informação sobre lojas vazias ou sobre atividades que estão entrando na moda. A prefeitura ainda permanece sendo um elemento que liga os proprietários, moradores e empreendedores.

Todos esses três tipos de propriedade proporcionam velocidades diferentes de desenvolvimento. Um programa pode mudar em um ano; espaços públicos mudam a cada 20 a 40 anos; e prédios têm uma taxa de mudança ainda mais lenta. Conectar uma certa propriedade com a necessidade de mudança definirá o sucesso de curto prazo, ajustes estruturais e ambições de longo prazo. A lição desses últimos anos sobre a realização da estratégia de *plinths* se resume à necessidade de boas análises da propriedade no início de um processo de transformação, antes de tomar iniciativa para fazer mudanças. Tudo se resume a quem mais se preocupa.

80 LIÇÕES PARA UMA BOA CIDADE AO NÍVEL DOS OLHOS

Hans Karssenberg, Jeroen Laven e Mattijs van ‘t Hoff

Estruturamos as lições principais de todas as experiências, visões e abordagens de todos os capítulos e casos deste livro colaborativo. Tiramos oitenta lições das entrevistas, estudos de caso e histórias, aplicáveis na sua própria cidade. Podemos distinguir várias categorias. Primeiro, olharemos duas situações completamente diferentes: áreas novas e áreas existentes, ambas demandam uma abordagem diferente.

ÁREAS NOVAS

Em áreas novas, é importante usar, desde o começo, os critérios para uma boa cidade ao nível dos olhos como exigências para o desenho de prédios e ruas. É necessário considerar a cidade ao nível dos olhos, desde as fases iniciais de planejamento, como um dos fundamentos para obter a altura , a flexibilidade e a orientação vertical certas e o número preciso de unidades, para fazer com que se atinja ruas com uma variedade no uso e na sua experiência, e uma estratégia que permita aos usuários desenvolverem as suas zonas hibridas e terem a “sensação de varanda” de *plinths* ótimos.

O espaço público deve ser a espinha dorsal de cada plano de desenvolvimento – ao invés de ser o espaço que sobrou depois que tudo foi planejado. Um bom planejamento conta com um lado funcional e racional, porém, se há uma lição que podemos tirar de todas as contribuições deste livro, é a de que o planejamento deve considerar a experiência do pedestres, o comportamento e as emoções humanas, fazer com que as ruas não fiquem demasiadamente largas, trabalhar com o sentido do lugar, criar ruas como lugares ótimos, e observar noções importantes tais como criar calçadas mais largas no lado mais ensolarado.

Para novas áreas, são cruciais a implementação desses critérios nas primeiras fases de planejamento e o desenvolvimento de uma estratégia

para fazer com que, por um lado, esses critérios sejam não-negociáveis, e, por outro, que o bom comportamento seja recompensado. Cidades como New York e Seul criaram sistemas de prêmios como: se um proprietário criar um *plinth* público, ele ganha permissão para construir mais. Idealmente, a estratégia envolve a criação de uma organização de gestão (de lugar), abrangendo a rua toda ou o distrito inteiro, ao invés de cada prédio gerenciar ele próprio os seus *plinth*s e espaço. Isso pode, por exemplo, ser realizado através da separação da propriedade dos *plinth*s da do resto do prédio, e torná-los um só portfólio para proprietários especializados. Desse modo, a mistura de locatários pode ser regulada e gerenciada, atingindo a difusão de funções certa nas zonas certas, em relação aos fluxos de pedestres; e, dessa maneira, podem ser programadas as atividades e a ativação de lugares no espaço público.

ÁREAS EXISTENTES

Em áreas existentes, a mudança inicia com uma análise interdisciplinar compartilhada, como foi descrito no capítulo sobre os *workshops* e jogos de rua. É crucial compartilhar ideias para soluções, criar uma estratégia para lidar com a diversidade na propriedade e construir co-criação e redes. Cada área tem o seu contexto, e cada vez é exigida uma outra estratégia. Por exemplo, olhando para os prédios em volta de um espaço, alguns já terão uma boa relação com o espaço público; outros têm boas fachadas, porém requerem um programa melhor ou uma certa abordagem para dar uso aos imóveis vazios, e é preciso poucas mudanças na fachada; já outros prédios precisarão de uma completa transformação física, para permitir uma melhor relação com a rua, para a qual uma abordagem de longo prazo será necessária.

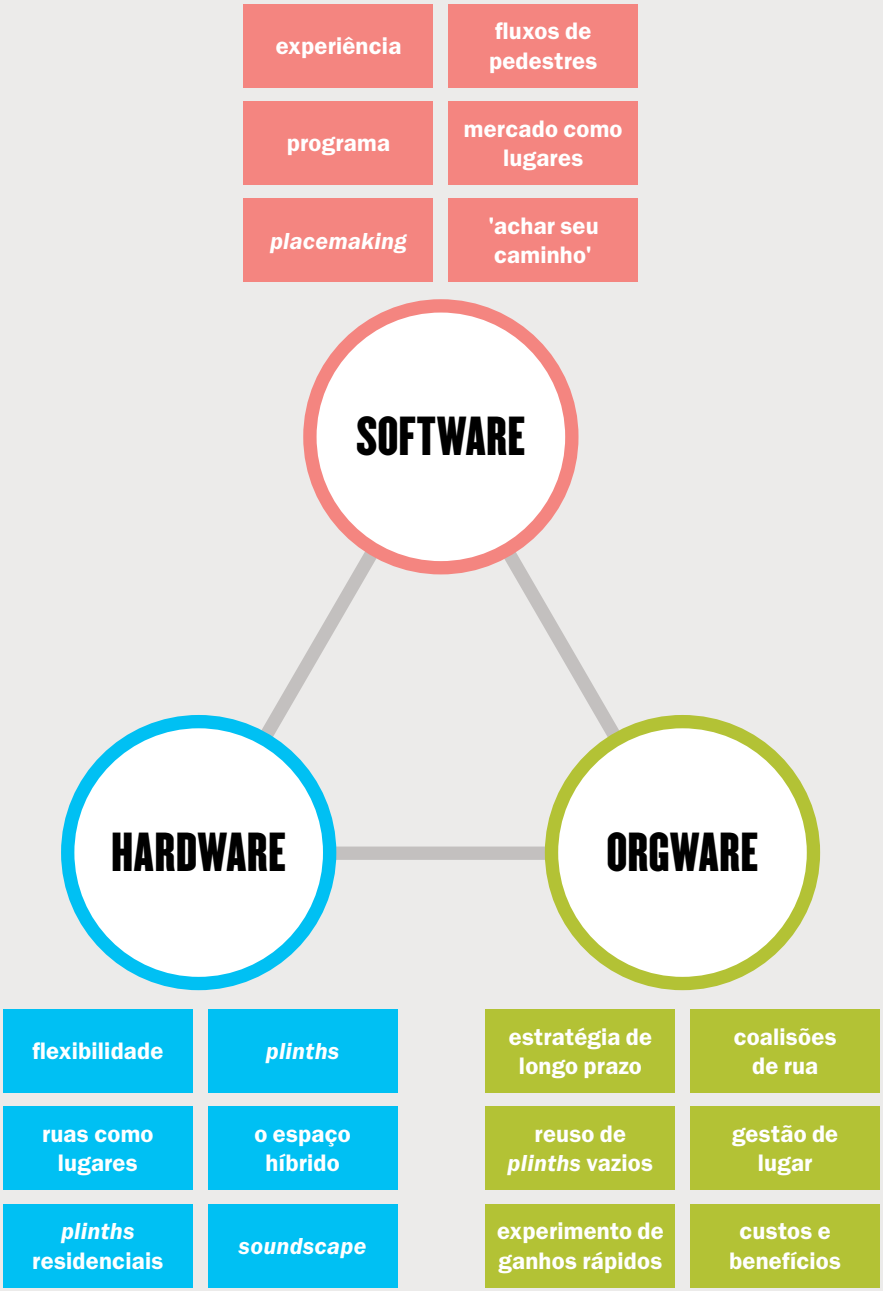
Em ambos os casos, de *plinth*s e de *placemaking*, os elementos para obter vitorias rápidas e construir confiança, permitindo o uso de camadas múltiplas e envolvendo uma propriedade diversa, são cruciais. A transformação de áreas existentes trata da combinação de *hands-on*, de uma abordagem "mais leve, mais rápida, mais barata" e de uma estratégia de mudança de longo prazo. Em termos de regularização, mudar uma situação existente pede uma combinação de "pau e cenoura", recompensa por bom comportamento, mas também da possibilidade de poder intervir quando for necessário.

Quando se trata da estratégia para áreas existentes, o mais importante é construir redes comunitárias: proprietários de imóveis ativos, empreendedores, visionários, moradores, especialistas e os 'loucos zelosos'. Com essa comunidade, você pode começar a criar campanhas e um ótima comunicação, e formar um outro tipo de gestão de ruas ou lugares diferente da que normalmente é utilizada.

ESCALA: DE RUAS E LUGARES PARA DISTRITOS E CENTROS URBANOS INTEIROS

Além da diferença entre lugares novos e os existentes, há a questão da escala. Transformar um lugar, prédio maior ou uma rua é diferente de construir uma nova área de alguns milhares de unidades residenciais, ou transformar a experiência de um centro ou distrito urbano inteiro. Trabalhar com ruas e lugares requer intervenções concretas, *workshop*s, visões de rua compartilhadas e gestão de rua ou de lugar em redes, com a comunidade, desenvolvendo coalisões dos proprietários, usando instrumentos como, por exemplo, os Distritos de Melhoria Urbana.

Trabalhar com áreas maiores envolverá um nível de análise mais profundo numa escala maior: inclusive, por exemplo, obter melhor conhecimento dos fluxos de pedestres em um centro urbano inteiro durante o dia e a noite; entender os pontos de partida das caminhadas dos pedestres; mapear *plinth*s com lojas, residências, espaços para trabalhar, cafés, cultura e outras


experiência
fluxos de pedestres
programa
mercado como lugares
placemaking
'achar seu caminho'
SOFTWARE
HARDWARE
ORGWARE
flexibilidade
plinths
ruas como lugares
o espaço híbrido
plinths residenciais
soundscape
estratégia de longo prazo
coalisões de rua
reuso de plinths vazios
gestão de lugar
experimento de ganhos rápidos
custos e benefícios

funções; analisar propriedade de terra e imóveis e o desenvolvimento do valor imobiliário como um indicador de mudança; mapear espaço público e os projetos de construção dos próximos vinte anos para entender onde possam ser feitas conexões; mapear os imóveis vazios, e analisar as qualidades "mais suaves" de vários lugares de encontros. Pois, ações de curto prazo podem ser direcionadas, por exemplo, à ligação entre os elos que faltam na rede de fluxos de pedestre. A estratégia de longo prazo pode ser direcionada, por exemplo, ao desenvolvimento de uma grelha de ruas mais fina, através de todos os desenvolvimentos que ocorrerão nas próximas décadas.

FUNÇÕES: ÁREAS DE VAREJO, RESIDENCIAIS E DE TRABALHO

A estratégia será diferente também em áreas diferentes. Para áreas de varejo, os pontos chave são a criação de uma experiência ótima e rica para pedestres, através da gestão de ruas, lugares e do portfólio, e através do desenvolvimento de coalisões de empreendedores. Para áreas residenciais, os pontos chave são a produção de boas conexões entre a casa e a rua ao nível térreo, criando ruas nas quais intuitivamente se sinta em casa, permitindo boas zonas hibridas, onde os moradores coloquem uma mesa pequena, algumas cadeiras e plantas, criando experiências ótimas nas calçadas e tornando cada fachada única e uma sensação humana na rua. Em áreas onde negócios e escritórios são dominantes, a chave é gerar diversidade e evitar (ou mudar) fachadas compridas e sem graça, através da criação de unidades menores e da remoção do interior para o exterior.

Em todas essas situações, trata-se do sentido do lugar. A longo prazo, é importante realizar áreas mais misturadas, flexíveis, que possam "respirar" ao longo de décadas e séculos. A verdadeira sustentabilidade surge quando áreas possam adaptar-se aos desejos da sociedade e da economia que estão sempre em mudança ao longo de cada década, quando essas áreas forem apreciadas pelos seus usuários em razão da qualidade dos seus espaços públicos e da sua alma única, e quando os usuários se sentirem convidados a fazer vários investimentos pequenos e grandes ao longo do tempo, criando um sentido de apropriação.

LIÇÕES: SOFTWARE, HARDWARE E ORGWARE

Novo ou existente, rua ou cidade, comercial ou residencial: embora tão diferentes essas situações, criar uma ótima cidade ao nível dos olhos sempre depende do triângulo de uso (*software*), ambiente construído (*hardware*) e coalisões e instrumentos (*orgware*).

Tiramos as lições de todas as ótimas contribuições desse livro e as dividimos nessas três categorias. Caso queira ler mais sobre uma determinada lição, é só seguir o seu número na lista dos capítulos e casos. Algumas lições se referem a capítulos da primeira edição do livro, os quais podem ser encontrados no *website* do "The city at eye level" www.thecityateyelevel.com.

SOFTWARE

A primeira parte do triângulo, e a mais importante, é o *software*: os usuários, os seus padrões de movimento, a experiência da cidade ao nível dos olhos e o programa, uso do solo, ou zoneamento.

Experiência

Nós não somos apenas seres racionais, precisamos também das emoções da experiência urbana. Experiência é importante para os usuários da cidade e para a economia local. A sensação do local e bons *plinths* são cruciais para essa experiência.

1. Foque na vida dentro e entre os prédios, pois parece que isso se classifica em quase todas as situações

como mais essencial e relevante do que os próprios espaços e prédios. (03)

2. Faça a sua cidade bem configurada, distinta e notável; convide o olho e o ouvido para prestarem mais atenção e participarem mais. O entendimento sensorial dos entornos deve ser simplificado, mas também estendido e aprofundado. Melhore o tecido da sua cidade através de cor, textura, escala, estilo, caráter, personalidade e singularidade. (03)
3. Faça com que os lugares semipúblicos, como pequenas lojas de bairro, cabelereiros, cafés e lavanderias conectem os seus usuários à cidade e os façam se sentir em casa. Crie pequenas lojas com fachadas abertas: essas criam uma cidade calorosa e permitem o movimento entre o público e o privado, que, por sua vez, cria interação, sentido, histórias e narrativas, através das quais nos apegamos à cidade. (04 & 10)
4. Melhore a caminhabilidade e, com isso, *puxe* a procura por habitação e escritórios. Vise os fatores de sucesso comprovados: densidade de utilidades, conectividade das ruas, proximidade de grandes áreas verdes, acessibilidade regional e desenho dos prédios. Torne as interações significativas e confortáveis e aprimore a qualidade de vida urbana. (38)
5. Crie *plinths* ótimos. O andar térreo pode ocupar apenas 10 % do prédio, porém ele determina 90 % da contribuição do prédio à experiência do ambiente. (01)

Padrões de uso

"Não é possível fazer um boneco de neve, a menos que neve". Podemos projetar os melhores prédios, *plinths*, ruas e espaços públicos, mas sem usuários eles não são nada. Se houver melhor entendimento do comportamento humano e o seu contexto, os centros urbanos podem ser gerenciados de uma maneira mais estratégica, para otimizar a sua atratividade e melhorar as suas economias. (06) Colocar usos significa, primeiramente, simplesmente imaginar: o que é preciso para as mulheres, idosos, crianças e pessoas com deficiência se sentirem em casa à noite? (05)

6. Desenvolva o seu *fingerspitzengefühl* (intuição), olhando para as rotas de pedestres e as ruas movimentadas – ou nem tão movimentadas. (12) Ligue os novos *plinths* ao sistema das rotas urbanas. (07) E baseie a sua estratégia de movimento em dados detalhados dos levantamentos de experiências do cliente. (06 & 21 & 24).
7. Proporcione conveniências aos usuários, mas também surpresas. (21) Crie acessibilidade, *plinths* abertos, com uma "sensação de varanda", que atraem mais pessoas e melhoram as economias urbanas. (04 & 06)
8. Crie um equilíbrio entre o trânsito de pedestres e de carro, para fazer com que haja uma combinação dos centros urbanos movimentados com pedestres com uma função de trânsito de passagem. (24) Não deixe acontecer que o carro se torne dominante em lugares importantes. Essas áreas de trânsito viário são importantes, porém não constituem as ruas e bairros vibrantes que fazem parte do sistema urbano. (07) Trabalhe na acessibilidade global da rua para trânsito de entregas, dos moradores e de visitantes de carro. Morar, trabalhar, fazer compras, lazer e trânsito, também o do carro, devem ser misturados tanto quanto possível; ruas onde os carros foram expulsos têm o problema de se tornar zonas mortas à noite. (05)
9. Para criar entradas mais seguras, ao invés de empregar guardas, porteiros e câmeras, acomode a segurança estrategicamente através do espaço semi-público. (08)

10. Nem sempre o tamanho é a solução. Torne as ruas comerciais atraentes, ao invés de mais compridas: um trecho de 1,6 quilômetros já pode ser demasiadamente comprido para funcionar como uma só rua comercial, especialmente fora do centro urbano. [30]

De espaço para lugar

Placemaking serve para fazer lugares nos quais as pessoas querem estar e compartilhar a vida juntas. Indo além de construir para todos, *placemaking* significa construir por todos, não por poderes políticos ou corporativos, ou egos individuais. Pense nos interesses públicos, ao invés dos privados; acrescente valores simbólicos aos detalhes e gere resultados para o prazer da vida pública. [43]

11. Pessoas ativam espaços urbanos e reforçam a identidade do lugar. Desenvolva uma estratégia de programação para a ativação urbana além do desenho urbano e do planejamento, numa escala macro e micro. [39]

12. *Placemaking* recoloca a rua como uma série de lugares. [44] Em um bom lugar há no mínimo 10 boas razões ou atividades para alguém estar lá. Crie "triangulação", acumulando atividades em um lugar, resultando em interação: um carrossel, por exemplo, pode também proporcionar espaço de leitura para crianças, uma área de jogos e um lugar para festas. [53]

13. Vise soluções mais leves, rápidas e baratas. Elas são temporárias. Significam algo para as pessoas. Se uma intervenção não funcionar, podemos experimentar e tentar novamente. Permite experimentação. [44]

14. Envolva os incorporadores: atrair mais pessoas e dinheiro é do interesse deles também. *Placemaking* não é sobre usar mais dinheiro; é sobre mais retorno pelo dinheiro. No final, estamos todos interessados no mesmo: na criação de vida urbana e de novos tipos de espaço público. [44]

Programas nos *plinths*

O *software* á feito da experiência dos pedestres, dos padrões de uso, e do programa (uso do solo, função, zoneamento) que encontramos nos espaços térreos. Lojas podem ser a primeira coisa na qual pensamos quando trabalhamos em *plinth*s ativos, porém precisamos pensar em bons *plinth*s por todo lugar. Não podemos simplesmente planejar varejo em qualquer lugar, temos que pensar também em outras funções, como comércios pequenos, moda, lazer, cuidados pessoais, alimentação e, por último, mas certamente não menos importante, habitação.

15. Para tornar a sua rua uma 'Rua Maravilhosa', garanta que haja uma nova função a cada 10 metros (no máximo). Escritórios não contribuem muito para ruas ativas. Habitação, se não for muito predominante,, acrescenta atividade e segurança à noite. É a mistura de funções que cria ruas ótimas: lojas, cafés, restaurantes, funções de ensino, habitação e espaços para trabalhar. [01]

16. Use restos do passado como condutores de identidade. [18] Aprenda a partir de exemplos como prédios bem apreciados, fotos, eventos históricos, pessoas famosas, frentes antigas de lojas, arte pública ou elementos históricos na paisagem da rua.

17. Olhe para novas funções emergentes em áreas com prédios vazios como, por exemplo, espaços de *co-working*, espaços temporários "do entretanto", restaurantes e cafés, funções sociais como escolas fundamentais, e, sobretudo, habitação no andar térreo. Devido à possibilidade de fazer compras *online*, tornou-se claro que não mais podemos contar somente

com lojas para criar uma boa esfera pública. (01 & 13)

18. Considere grandes ruas comerciais com cuidado. Elas podem resultar em monocultura e fazer com que a rua fique vulnerável – talvez vibrantes, porem às vezes demasiadamente movimentadas durante o dia, e desertas à noite. (07)

19. Quando se trata de lojas, selecione varejistas criativos para os *plinths* com lojas, e eles inventarão formas originais de exibir os seus bens e atrair as pessoas para dentro. (28) As grandes cadeias têm um papel, desde que elas não lhes seja permitido dominar superfícies inteiras. Os verdadeiros construtores da imagem são as lojas e os espaços pequenos. (21) A transição já visível de fazer compras pela Internet ao invés de nas lojas diminui a demanda de espaço para varejo. Lojas físicas evoluirão para supermercados introvertidos ou grandes *showcases*. Lojas pequenas podem se manter nas ruas especializadas ou como lojas com uma imagem especializada, principalmente de alimentação, bebidas ou *design*. (12) (08) Para o primeiro andar de um *plinth* duplo, vise as funções de lazer, como cinema, academia, cassinos e piscinas. (20)

20. Considere alimentação, roupa, *design* e lojas étnicas como autênticas para proporcionar *plinths* interessantes em áreas de revitalização urbana. Esses chamam atenção nova, positiva, por essas áreas. (22) Faça espaço para roupa (ateliês, estúdios com moradias) nos *plinths* vazios, isso é um ótimo construtor de imagem. (30)

21. O futuro dos *plinths* está no aumento econômico de pessoas comercialmente autônomas, criando uma necessidade de pequenos lugares de encontro no centro urbano. (12) Misture e crie espaços para empreendedores pequenos, que morem no bairro, e que muitas vezes são menos visíveis porque administram os seus pequenos negócios em casa. *Start-ups* precisam de um espaço singelo, com contratos flexíveis e algumas facilidades básicas. (34)

22. Locais de uso singular de escritórios com transporte público fraco são uma combinação *tóxica*, resultando em altas taxas de prédios de escritórios vazios. Acrescente novas funções ao elemento de escritório para melhorar o funcionamento desse local, como habitação, cafetarias e restaurantes, academias, lojas (de alimentação) exibições de arte e lazer. (17)

23. Permita espaços como as garagens flamencas se manterem em partes da rua, porque elas geram flexibilidade de uso inesperado, como cafés, lojas, oficinas de carros, lugares para *start-ups* comerciais, ateliês, vendas por atacado, estacionamento, importação e exportação – em suma, vida urbana. (14)

Achar o seu caminho

Porque os pedestres e ciclistas preferem certas ruas a outras? E podemos seduzi-los? Como alguém se acha na rua trata da questão de como os usuários podem achar os seus caminhos, baseados num sentido intuitivo do seu ambiente urbano. Se achar na rua trata do desenvolvimento de estratégias de rotas e de mapeamento. (41)

24. Use o conceito de como alguém acha o seu caminho para melhorar a experiência do usuário no ambiente urbano, para ajudar as pessoas a chegar aos seus destinos da maneira mais fácil e efetiva possível, e para apoiar a economia local através da atração das pessoas aos destinos que precisam de mais visitantes. Ofereça um equilíbrio afinado de estrutura e diferenciação. Agrupe o espaço em zonas de destinos, identifique zonas espaciais locais e acentue elementos como entradas, saídas, caminhos e junções. (41)

25. Vise a possibilidade de alguém achar

o seu caminho intuitivamente, ao invés de através de uma sequência de instruções, que é efetiva, mas também inflexível. Investigue quais símbolos contêm um significado especial para os usuários, usando conhecimentos sobre ergonomia, rituais locais, personalidades, patrimônio cultural e caraterísticas de um lugar. Um desenho para alguém achar o seu caminho efetivamente não pode ser inserido *ad hoc*. Use pesquisa bem pensada e significativa e uma aplicação deliberada de intervenções. [41]

Ativação da rua: mercados como lugares e *busking*

Mercados e *buskers* são cruciais para a ativação da rua. As cidades nasceram de mercados. Mercados foram a última forma de as pessoas se encontrarem e conduzir negócios. Mercados proporcionam uma ótima experiência humana à cidade ao nível dos olhos. *Buskers* (*performers* na rua) constituem um instrumento viável para rejuvenescer espaços públicos. *Busking* tem alto impacto e baixos custos. Não é preciso infraestrutura: apenas um artista, que faz o seu show em troca de gorjetas. *Buskers* incentivam interação social ao nível dos olhos, criam intimidade e permitem às pessoas se sentirem confortáveis e seguras. Eles proporcionam entretenimento ao vivo ao qual os cidadãos com menos renda podem acessar e desfrutar. [61]

26. Um bom mercado tem uma mistura de produtos e pessoas e, sobretudo, é um ótimo lugar para estar. Para ótimos mercados, introduza uma boa mistura de grupos de gestão. Inclua os cidadãos e os visitantes com um papel de consultoria na gestão do mercado. [57] As pessoas é que são a força por atrás dos mercados. Crie vagas de estacionamento e garagens flexíveis que possam ser transformadas em mercados por um dia, e adicione lugares para comer, e um palco para músicos e artistas de rua. [57]

27. Mercados são importantes para pequenos vendedores. Em uma área de baixa renda, crie um mercado onde a prefeitura não cobre dos moradores por venderem os seus produtos ou pelo espaço onde eles vendem. Facilite às pessoas ganhar para viver, desenvolver os seus empreendimentos e dar os primeiros passos na escada da mobilidade social. [57]

28. Mercados informais florescem nas ruas públicas. Uma árvore antiga, um muro ou uma parada de ônibus podem ser usados para apoiar ou pendurar as estruturas das barracas temporárias ao lado da rua. Esses mercados proporcionam opções de compras baratas para a grande população da classe média-baixa. No final do dia, as barracas são desfeitas, embaladas e levadas embora. [52]

29. Aborde o *busking* como um recurso para ser estimulado ao invés de um problema para ser resolvido. Para conseguir o melhor talento de *busking*, as cidades devem fazer com que os melhores *buskers* queiram trabalhar nelas. Desenvolva políticas e diretrizes de *busking* em cooperação com a comunidade de *busking* da cidade. [61]

HARDWARE

A segunda parte do triângulo é o hardware, a configuração dos prédios e ruas. [01]. Partindo dos usuários, podemos chegar a uma abordagem para o espaço público que é mais centrada nas pessoas. Bons prédios, *plinths* e ruas não podem ser presumidos. Muitas áreas pós-guerra foram desenvolvidas com concepções de desenho urbano abstratas e racionais, e com base em exigências habitacionais ao invés do objetivo comum de bons lugares e *plinths*. [19] Já que os prédios estão cada vez maiores, cada vez mais espaço do andar térreo está ocupado por serviços e segurança em relação às companhias que usam o seu interior, e, junto com isso, aparecem as grandes paredes cegas. [08] Essas prejudicam o funcionamento de uma rua boa. Espaços térreos vazios impactam os negócios adjacentes e contribuem com a degradação e atividades antissociais. [13] [19]

Ruas como lugares

Trocamos a questão de "Quantos carros podem passar pela rua?" por "Quantas pessoas podem passar pela rua?" Construa as fundações de uma boa cidade sob ponto de vista humano – a engenharia tem um papel muito pequeno em algo tão orgânico e humano como as ruas. [50]

30. Crie ruas íntimas para pedestres com elementos de *design* ousados, iluminação, mobiliário urbano, árvores, detalhes artísticos no pavimento, *parklets*. [24] Resolva as barreiras que bloqueiam as rotas naturais de pedestres: trânsito, canais, prédios horizontalmente orientados, e prédios largos voltados a usuários de carro. [06]

31. O equilíbrio entre o "lugar" e o "movimento" na cidade demanda a melhoria do equilíbrio entre transporte rápido e lento. Um elemento primordial de sucesso é a priorização de pedestres e a limitação da velocidade do trânsito na cidade, sem eliminar o trânsito motorizado. O pilar é a criação de lugares calmos e movimentados ao mesmo tempo. [49]

32. Usos informais na esfera pública podem ser estimulados por elementos que são tão altos como o mobiliário para sentar, mas que não são projetados para tal. Podem, por exemplo, ser escadarias ao longo de uma massa de água, muros baixos em volta de áreas verdes, ou apenas objetos que podem ser posicionados de maneiras diferentes. Ativar ou desativar elementos de água faz com que os espaços estejam adequados para eventos, enquanto os elementos de água fazem com que os lugares se tornem acolhedores para passear em momentos tranquilos. [49]

33. O comprimento da rua deve ser mensurado de acordo com a soma de lojas pelas quais se passa, uma na frente da outra. Se uma rua provoca as pessoas a cruzarem enquanto estão fazendo as suas compras, a experiência da rua se torna mais longa. [62]

34. Projete rotas para bicicletas para completar as ruas comerciais; considere que ruas atraentes chamam pessoas e que os ciclistas usam as ruas mais movimentadas por serem mais divertidas. [04]

35. Use as construções de infraestrutura para os *plinths* da cidade, e proporcione novos espaços urbanos e oportunidades para interagir e se encontrar. Ao nível térreo, essas estruturas muitas vezes são barreiras entre os bairros, e têm uma fachada cega. Redefina esses espaços como lugares públicos com mercados, parques e *playgrounds*, e *plinths* comerciais e culturais. [51]

Desenho de bons *plinths*

O *plinth* é a parte mais importante para a relação do prédio com a rua. O desenho de lojas e vitrinas, de casas, de prédios de

escritórios e de ruas inteiras pode fazer com que os *plinth*s atinjam alta qualidade e efetividade. Infelizmente, vemos muitos exemplos ruins também. Como podemos criar prédios melhores, mais abertos às ruas?

36. Aborde o processo de design de fora para dentro, da rua para a zona de transição e desta para o prédio; no projeto, a rua deve ser considerada como um lugar para estar. [07] Precisa-se de olhos para a rua. [03] Faça com que a arquitetura do andar térreo ganhe um papel chave. Fachadas sem vida e fechadas tornam as pessoas indiferentes, enquanto fachadas abertas e interessantes ativam os usuários urbanos. O primeiro princípio de planejamento deve ser: antes a vida, depois o espaço, e depois os prédios. Prédios e espaços urbanos devem ser vistos e tratados como um ser unificado que respire como um só. Pense em andar ao longo dos prédios; em estar em pé, sentar-se ou engajar-se em atividades do lado dos prédios; em olhar para dentro e fora dos prédios, conectando as atividades visualmente. [46]

37. Os nossos sentidos são desenhados para perceber e processar impressões sensoriais, enquanto nos movemos a aproximadamente 5 quilômetros por hora: a velocidade do pedestre. A arquitetura que incorpore detalhes de 5 quilômetros por hora combina o melhor de dois mundos: um vislumbre da torre da prefeitura ou morros distantes no final da rua, e o contato próximo das fachadas dos andares térreos. [46] Crie muitas superfícies diferentes, sobre as quais a luz se mova constantemente para manter os olhos envolvidos. Mais prédios ao longo de um dado comprimento da rua criam um melhor ambiente para pedestres do que poucos prédios. [...] Com mais prédios, provavelmente haja mais arquitetos, e eles não farão projetos iguais. [03] Crie riqueza na experiência sensorial, diversidade em funções e ritmos verticais de fachadas. [06]

38. Crie pés-direitos altos. A altura do andar térreo é importante para um ambiente interior adequado, para a luz do sol, e para a flexibilidade de funções não residenciais. As proporções do prédio e a sua fachada relacionadas ao perfil da rua fazem muita diferença. [07] Demande que os andares térreos de todos os prédios tenham no mínimo 4 metros (13,1 pés) de altura, para acomodar negócios comerciais, de varejo ou outros. [27] Especialmente, exija que os *plinth*s nas esquinas tenham tetos altos e janelas transparentes, e providencie-lhes zoneamento misto, para fazer com que as esquinas possam se tornar um café, um restaurante, uma moradia ou um espaço de escritório. [25] Nas áreas centrais urbanas, crie *plinth*s duplex (de dois andares) para adicionar uma nova tipologia entre os prédios de um só *plinth* e os armazéns com diversos andares. [20]

39. Aprenda a partir do método do século 19 de *plinth*s com espaços de varejo transferíveis. A escala pequena, investimentos privados e o modo de construção "sob demanda" permitem que os bairros urbanos se adaptem facilmente e rapidamente às demandas mutantes da economia e da sociedade. [10] Reduza o aluguel do andar térreo para garantir unidades pequenas, muitas portas (no mínimo 10 a cada 100 metros) e uma mistura atraente de unidades, de frente aos espaços e às rotas mais importantes de pedestres. [46] Para uma fachada comercial atraente, crie lojas pequenas; se elas forem demasiadamente largas, como no caso de supermercados e grandes cadeias de varejo, o resultado são janelas fechadas. [33]

40. Crie um distrito urbano misto, ou áreas com uma densidade urbana, ao invés

de áreas de escritórios ou subúrbios homogêneos. (12) Realize andares térreos diversos e ofereça ambientes que mudem constantemente, vibrantes, que engajem e sejam acolhedores. (13)

41. Qualquer coisa que tire a atenção da frente da loja é problemática. Evite recuos repentinos na linha de construção, colunas ou pilares de grande dimensão, e "zonas mortas". Todos interrompem a rota de pedestres e a linha de visão, criando dificuldades para as lojas concretizarem os seus objetivos: convidar as pessoas para entrar. (53) Supermercados são uma necessidade para um distrito residencial, portanto encaixe-os no quarteirão urbano: ou no andar térreo com lojas aos seus lados, ou no subsolo ou no primeiro andar. (07)

42. Temos que pensar no que torna o *plinth* sustentável para as próximas décadas, já que as demandas pelas funções do andar térreo se diferenciarão ao longo do tempo e bons *plinth*s podem permitir à cidade "respirar". Projete e construa prédios e *plinth*s não específicos, de uso misto e com objetivos múltiplos que possam absorver muitas funções ao longo do tempo. (07) Adote um projeto no qual espaços residenciais, de varejo, lojas e espaços de trabalho sejam construídos na mesma rua, ou no mesmo prédio. O método de construção deve fazer alterações rápidas das funções da maneira mais fácil possível, para responder à demanda atual. (10)

43. A Machiya japonesa oferece inspiração para uma fachada flexível; abrir e remover a fachada deve ser fácil. Os *plinth*s hoje poderiam oferecer a mesma flexibilidade, permitindo um grande número de possibilidades e liberdade para o usuário. O uso da Machiya é flexível tanto quanto uma loja, um espaço para vizinhos e uma sala de estar. A abertura da Machiya dilui os limites entre o interno e o externo, criando um sentido saudável de responsabilidade e comunidade. Quando os limites ficam mais suaves, pessoas cuidam do seu ambiente e se mantém conectadas, (40)

Ótimos *plinths* residenciais

Deve-se prestar especial atenção aos *plinth*s residenciais. Nem todas as áreas podem ser ocupadas por lojas e cafés e, mesmo assim, mais áreas residenciais podem também ter ótimas ruas. Incorporar prédios residenciais na cidade requer um bom *plinth*, porém também uma boa posição na rua, a largura apropriada da calçada, orientação solar, a presença de um quintal ou jardim e uma solução para estacionar (interna, externa, subterrânea). (48)

44. Envolva o espaço público nos projetos arquitetônicos para criar um lugar que proporcione encontros entre os seus usuários, a zona híbrida. As entradas dos prédios. por exemplo, podem criar gestos acolhedores para a cidade. (48)

45. Crie uma "sensação de varanda" na frente da casa (uma zona híbrida recuada) para fortalecer o clima social. Para crianças, a calçada é o *playground* ideal, porque há vigilância natural, como Jane Jacobs sempre notou. Calçadas intensivamente usadas geram controle social no qual os pais podem confiar e do qual as crianças podem se aproveitar.

46. Em projetos de habitação, um erro comum é o demasiado uso de vidro no andar térreo. Transparência é exigida em todo programa de necessidades, porém, na prática, as grandes superfícies de vidro são fechadas por meio de cortinas, em razão da privacidade. O resultado é uma fachada fechada. Janelas devem ser sob medida.
O andar térreo pode ser elevado por

2 ou 3 degraus acima do nível da calçada, causando uma pequena diferença na elevação e, junto com isso, na privacidade. [48]

47. O uso atual da zona de transição para a rua depende da atitude introverta ou extroverta dos moradores.
Os moradores urbanos extrovertidos, que passam muito tempo na rua e que têm muito contato com os seus vizinhos, se apropriam mesmo da área pública. Habitantes que são mais introvertidos optam por mais privacidade, pois a zona de transição é menos usada. [48]

Permitindo a Zona Hibrida

A zona híbrida é o espaço entre a esfera privada e pública, ou melhor, o espaço onde essas duas se encontram. Zonas híbridas contribuem significativamente para a experiência da rua, talvez não se possa acessá-las, mas elas são acessíveis por visão e olfato. Fazem com que as ruas tenham uma sensação pessoal e íntima, como se a sala de estar fosse puxada pela janela para a rua. As pessoas usam a zona hibrida para aumentar a sua privacidade, tornando-a um tipo de barreira. Quase 80 % dos contatos informais entre os vizinhos iniciam na zona híbrida; zonas híbridas resultam em mais contatos sociais. Casas com marcadores territoriais, como bancos na zona híbrida na frente da casa, são menos expostas a assaltos. [09]

48. Quando desenhamos o *plinth* e o nível térreo da cidade, a primeira coisa que temos que fazer é desenhar a sua interface, o lugar onde há interação com o seu usuário, a sua zona híbrida. [11] Evite uma distinção definida entre o público e o privado, privilegiando o espaço semipúblico: a cidade trata de porosidade, o desvanecimento de limites. [08] Pedestres se sentem mais em casa quando essa zona híbrida mostra sinais de atividade humana, ao invés de apenas muros cegos. [09]

49. No âmbito residencial, as pessoas usam a zona híbrida para aumentar a sua privacidade, fazendo com que a zona híbrida forme um tipo de barreira. [09] Desenhar uma rua com satisfação mútua para os moradores e os passantes é difícil. Projete os *plinth*s da tal maneira que eles ofereçam algo ao passante e reservem algo para o morador, como, por exemplo, através de pequenos jardins na frente das casas ou zonas privadas ao longo da calçada. [07]

50. Nas ruas comerciais, aumente a diversidade permitindo aos proprietários das lojas colocarem os seus produtos na rua, na primeira zona adjacente à fachada. Em áreas de escritórios, posicione as funções públicas no andar térreo o máximo possível, como, por exemplo, através de cafés, terraços e lanchonetes compartilhados.

A *Soundscape*

Embora a aparência de uma cidade seja importante para a sua apreciação, muitas vezes o som é responsável por como nos sentimos em uma localização particular. Podemos escolher para o que olhamos, porém nem sempre o que ouvimos. Para uma boa experiência, crie uma estratégia para as acústicas urbanas, a cidade ao nível do ouvido. [55]

51. É um equívoco achar que pessoas prefiram silêncio na maioria do tempo. Pessoas vivendo na cidade acei-tam barulho. Em muitos casos, a abordagem quantitativa não é muito útil porque problemas com som são predominantemente qualitativos. Vise variação (muitos sons diferentes), complexidade (ao invés de sons monótonos, repetitivos) e um equilíbrio acústico funcional (o espaço onde você está não deve soar maior que você o vê). [55]

52. Use três maneiras para desenhar para o som no espaço público: absorção (árvores, arbustos e cercas-vivas, e certas esculturas), difusão (evite superfícies lisas e duras, use fachadas irregulares), ou mascarar (mascare sons irritantes por outros menos intrusivos, como fontes ou esculturas d'água). [55]

53. Um *plinth* com atividades interessantes muitas vezes soa bem. Muitos edifícios modernos têm uma superfície dura de vidro no andar térreo (ou até nos primeiros dois andares). Esses são um pesadelo acústico. Use terraços, ateliês, *plinth*s abertos, lojas e espaços personalizados híbridos, como jardins à frente e cercas-vivas, para difundir o som e gerar ricas texturas sonoras. [55]

ORGWARE

A chave para bons *plinth*s não está apenas no projeto, nem em uma abordagem exclusivamente econômica. Bons *plinth*s podem ser atingidos através da ligação das duas abordagens. Pois, o *orgware,* um terceiro elemento, é crucial: a organização das funções; a gestão cotidiana de lojas, *plinth*s e ruas; e o portfólio de manutenção dos *plinth*s.

Estratégia de longo prazo e ganhos rápidos
A estratégia de *plinth*s exige uma combinação de ações de curto prazo e práticas com uma estratégia de longo prazo e perseverança ao longo dos anos.

54. Ganhos rápidos são uma guia para a estratégia de longo prazo, e são necessários para demarcar a nova abordagem e para ganhar a confiança dos proprietários imobiliários e dos locatários. Porém, sem políticas para transformação de longo prazo, esses ganhos rápidos permanecerão operações cosméticas. A combinação envolve quatro elementos: as regulações, a estimulação, a transformação dos elos que faltam e uma campanha de criação de redes (*networking*).

55. Faça com que sua estratégia seja durável: transformar e melhorar os *plinth*s em uma estrutura urbana existente precisa de pelo menos três gerações, e requer uma visão de longo prazo para restaurar o tecido urbano, baseada num profundo entendimento histórico do como a cidade se desenvolveu. [05] Seja modesto: temos que nos dar conta de que estamos apenas dando contribuições pequenas a sistemas de décadas. [07]

56. Use re-imaginação como um instrumento para o processo. A habilidade de imaginar que um certo espaço possa ser diferente já cria a possibilidade de mudá-lo. Uma rua pode ser um mercado, um estacionamento pode funcionar como cinema a céu aberto, um beco abandonado como uma galeria. A imaginação é um instrumento poderoso que podemos usar para transformar. [43]

57. Use diversão. Crie uma maneira alegre e divertida de discutir assuntos urbanos importantes e de engajar as pessoas na criação de espaços públicos. Por exemplo, coloque *band-aid*s nos buracos nas calçadas, introduza jogos, instrumentos musicais e atividades esportivas para crianças. [56]

58. Feche ruas temporariamente para carros em certos momentos da semana, como, por exemplo, nos domingos das 6h:30 até as 11h da manhã, como foi feito na iniciativa Equal Streets em Mumbai. O número imenso de pessoas fazendo os seus passeios matinais, junto com mães com seus bebês, crianças andando de *skate* e de bicicleta, músicos tocando ao fundo é um primeiro passo em direção a decisões políticas mais estruturais. [52]

Co-criação, Coalisões e Auto-organização

Permita às comunidades se tornarem engajadas. A cidade ao nível dos olhos e *placemaking* tratam desse engajamento profundo. É emocional. É algo que as pessoas possuem; é o seu processo e são os seus resultados. [44] Quando a prefeitura é a única responsável pela melhoria da qualidade de uma rua, não deve se fazer nenhum esforço (ainda). São absolutamente vitais a colaboração e o desejo dos empreendedores e/ou proprietários dos prédios para abraçar um processo de melhoria. [36] [54] A forma como a prefeitura se envolve no desenvolvimento da cidade é crucial; debates e resistência consomem às vezes muito tempo, porém, no final, resultam num desenho urbano melhor. [05] Podemos aprender lições da cidade informal e auto-organizada, em termos de como a escala humana, variedade, alta densidade, flexibilidade e o pouco uso de carros contribuem para um espaço agradável. A consideração de um quadro de auto-organização não deve ser apenas um conceito da moda, mas pode ser uma estratégia de planejamento integrada. [60]

59. Crie um processo continuamente dinâmico, ao invés de um conjunto de utilidades, objetos ou atividades. O processo dá poder a todos, inclusive aos moradores, negócios e ao governo local, como co-criadores e modificadores de um lugar. [44] [54]

60. Procure as lideranças (não oficiais), os "loucos zelosos", os visionários com um sentido de medo pouco desenvolvido e sem a noção das possíveis consequências. Eles fazem o impossível acontecer. [44]

61. Para começar rapidamente e facilmente, envolva a rede numa análise compartilhada, e organize um *placegame* e um *plinth game* (jogo do *plinth*). Caminhar e conversar em grupos menores, analisar juntos a rua, com base na intuição de todos, voltar com ideias compartilhadas – os jogos criam uma mentalidade diferente. Permitem a atuação interdisciplinar, derrubam barreiras, e juntam as pessoas para elas se apropriarem e criarem os seus próprios lugares. [45]

62. Como as primeiras ações trazem sucesso, a comunidade pode começar a enfrentar desafios maiores. As ações iniciais evoluirão gradualmente para um tipo de gestão de rua, área ou lugar, impulsionando novas atividades, testando, aprendendo de ações e melhorando. Para realmente fazer uma mudança, é preciso uma mistura de "Pau & Cenoura", incluindo diretrizes de implementação e manutenção rígidas, provocando iniciativas através de recompensa por bom comportamento, e mostrar melhores práticas. [45]

Rua, *plinth*s e gestão de lugar

O gestor de rua, de *plinths* ou de lugar é a pessoa que conecta os proprietários imobiliários. O gestor é a chave para espaços térreos bem-sucedidos, mudando de prédios singulares para quadras ou ruas urbanas inteiras. A interdependência entre incorporadores de projetos e proprietários imobiliários é uma precondição para desenvolver um modelo de negócios de longo prazo e uma estratégia de investimento. [32] O gestor deve ser imparcial/neutro, [62] e pensar em termos de um processo, ao invés de numa imagem ou planta final; observe o movimento *bottom-up* e facilite-o. Uma rua ou um lugar não devem ser vistos como um projeto com um começo e um fim no tempo, porém como um organismo que cresce ao longo do tempo e que requer atenção contínua. [33]

63. Mude de uma lógica de edifício para uma lógica de rua, para possibilitar uma verdadeira estratégia de *plinth*s. [31]. Propriedades de um só proprietário, como aeroportos, permitem estratégias de portfólio inteligentes, indo além

de estratégias para as unidades individuais e criam uma experiência holística da qual os visitantes não esquecerão. [21]

64. Uma visão de longo prazo, com regulações, planos de zoneamento e politicas sobre estéticas podem ser a base de uma estratégia, mas a *corretagem* é necessária para tomar o próximo passo. Corretagem seria a troca rápida de informação sobre lojas vazias ou sobre atividades socialmente desejadas. [36] Encontrar o programa certo para o *plinth* é uma tarefa para o proprietário ou para especialistas, não para os incorporadores – é um negócio especial. [12] Proprietários geralmente não são muito familiarizados com o mercado especializado ou funções especializadas para o *plinth*, e muitas vezes eles estão satisfeitos quando os 90% da parte superior do prédio está alugado.

65. Crie valor agregado através de um portfólio bem equilibrado, através de uma estratégia de três pontos, baseada no rendimento, qualidade e imagem. [21] Comerciantes individuais podem fazer pequenas mudanças nas suas fachadas. A natureza do comerciante é pensar sobre o interno – os produtos que ele vende. Pegue o comerciante pela mão, saia e mostre a ele os seus prédios. Na maioria dos casos, pequenas adições de baixo custo podem ser feitas: um novo letreiro imaginativo pendurado, uma cobertura colorida, vitrinas de lojas criativas, um banco para sentar, ou mercadorias na calçada. [53]

66. Para aumentar o impacto, reúna as iniciativas dos *plinths* e lance-as ao mesmo tempo. [29]

Custos e Benefícios

Bons *plinths* podem trazer maiores custos iniciais, mas resultam também em benefícios maiores. Bons *plinths* são do maior interesse da economia urbana, e não apenas por os consumidores gastarem: Aqueles envolvidos com a economia de conhecimento e experiência precisam de espaços com caráter, um bom ambiente, um lugar para se encontrar e interagir. [01] A economia baseada em conhecimento é fundada nos contatos *face-to-face* nos cafés onde se toma café da manhã, áreas de *lounge*, bibliotecas, galerias, bares e cafeterias. [10] Entender os fundamentais padrões financeiros revela porque os bons *plinths* não se formam eles próprios e quais os interesses atuais das diferentes partes: os consumidores, os cidadãos em geral, incorporadores, proprietários do prédio, proprietários da terra, locatários e os projetistas.

67. Desenvolva uma estratégia de investimento baseada em investimento prévio ou envolva parceiros que possam ajudar. Realizar um bom *plinth* é caro, devido aos custos de construção e aos investimentos prévios exigidos. Esses investimentos prévios são necessários para criar valor futuro para a rua e a cidade. [12]

68. Envolva parceiros que permitem uma estratégia de uso-misto na sua abordagem. Do ponto de vista de um incorporador ou investidor, misturar usos em um edifício adiciona elementos de complexidade e risco, e são exigidos níveis mais elevados de especialização (desenho, divulgação), exigências de gestão mais intensivas, e é percebida a diluição do valor de investimento. Todavia, áreas de escritórios de uso misto geralmente têm um melhor desempenho do que áreas de escritórios em que o uso é único: a desocupação nas áreas de uso misto é menor. [17]

69. Mantenha a propriedade imobiliária segura, limpa, tranquila e fácil de compreender. Se as expectativas dos visitantes são atendidas ou excedidas, eles permanecerão três vezes mais

tempo e gastarão mais dinheiro do que numa estrutura antipática e confusa. [01]

70. Deixe claro que bons *plinths* são do interesse dos proprietários. Eles se beneficiam economicamente através da garantia de locação ativa, custos reduzidos para manter as propriedades vazias e perspectivas alargadas para usos futuros. [13] Quando a programação dos *plinths* resulta na criação de valor para todos os imóveis no bairro, proprietários maiores, moradores e empreendedores possam ser os *shareholders* para redesenvolvimento. [18] Incorporadores e proprietários com uma base especulativa não tendem a pensar a longo prazo. Muitas vezes eles optam pelo retorno mais alto dos seus investimentos, resultando em locatários do tipo bem conhecido. Proprietários de imóveis deveriam ser envolvidos numa fase inicial em novos planos e estratégias, para convencê-los de que uma visão de longo prazo é melhor para todos. [32]

71. A prefeitura deve considerar a sua estratégia financeira. [12] Ganhos de curto prazo e bons *plinths* não se deixam misturar facilmente, porém bons *plinths* podem fazer parte de uma estratégia financeira de longo prazo, que resulte na criação de valor da propriedade, da área, dos usuários e da economia local. Estabeleça um preço mais baixo para andar térreo, do mesmo nível do preço do espaço residencial, para permitir diversidade comercial. [27]

Reutilização

Nas áreas onde é preciso reutilização, reinventar os *plinths* pode ser um dos novos instrumentos. Vemos muitas formas disso neste livro: desde mudar a imagem de ruas comerciais inteiras até a transformação de garagens em pequenos negócios.

72. Áreas de escritórios monofuncionais não são acolhedoras a longo prazo. Se quiser muda-las, adapte uma estratégia global para toda a área, diversifique os espaços marginais, desenvolva uma identidade noturna e abra os prédios através de locatários que se relacionem com a rua. [37] Reviva os Distritos Centrais de Negócios modernistas: adicione números significativos de habitação, crie um grão mais fino no padrão de ruas, entre outros, através da abertura das vielas, e introduza uma política baseada em especificidades locais. [39]

73. Tornar o processo de revitalização mais lento permitiu "períodos de descanso" para todos os parceiros, especialmente para os habitantes. "Urbanismo lento" garante a flexibilidade e a energia entre os parceiros, assim como um fluxo estável de investimentos financeiros, reprimindo os impactos da crise. [26]

74. Reparcelamento das lojas poderia criar novas oportunidades para o desequilíbrio de lojas vazias e da demanda pelo espaço grande de varejo. [35]

75. Para apoiar pequenos comércios que têm planos de se transferir para as vielas e outras áreas subutilizadas, introduza um *Fine Grain Matching Grant*. Comércios de Grão Fino são comércios de pequena escala, diversos e inovadores, envolvidos com varejo especializado, hospitalidade ou entretenimento, e promovendo ativação de espaços subutilizados, como vielas urbanas e espaços de subsolo. [39] Reconstrua garagens vazias em espaços pequenos, com alugueis baratos, para empreendedores poderem desenvolver os seus negócios. [34]

76. Gere empreendedorismo sustentável, fechando acordos através dos quais os locatários pagam um euro a menos

de aluguel para cada euro por eles investido, fazendo com que eles próprios invistam. [29]

Plinths vazios

A desocupação é um novo tema importante. Este livro mostrou vários exemplos de modelos de negócios que tratam dessa questão. Uso temporário, se bem organizado e gerenciado, foi uma estratégia bem-sucedida. Uso temporário pode melhorar o valor financeiro e social do *plinth*, do prédio e o seu ambiente, e pode ser um instrumento útil de revitalização.

77. Uso temporário "no entretanto" é uma boa maneira de testar novos usos em uma rua principal [15] e através do "uso do entretanto", podemos ajudar as nossas ruas principais a se adaptarem a um futuro incerto. [13] Se um prédio estiver para alugar, a função temporária do *plinth* deve divulgar uma mensagem mostrando sua disponibilidade. [15]

78. Sem politicas apropriadas, o uso temporário dependerá da boa vontade do proprietário imobiliário. A boa gestão de prédios vazios é ciente da estratégia dos proprietários, enxerga as possibilidades únicas e as limitações do prédio, e sabe dos tantos usuários finais e das iniciativas com boas ideias para dar uso ao *plinth*. [15] Aprenda com a legislação que trata de imóveis vazios na Inglaterra, onde os proprietários de imóvel vazio devem pagar 100 % das taxas empresariais quando isso ocorre por três meses. [13]

79. Para enfrentar a desocupação, desenvolva redes entre os locatários potenciais, os que fazem as politicas e os proprietários. Um festival de lojas vazias pode ser um ótimo começo para criar consciência nessas redes, e para testar o que funciona. [47] Para o reuso dos *plinths* vazios, adquira contatos próximos com os que fazem as politicas, a indústria de propriedade, as indústrias criativas, as empresas sociais e o governo local. [13]

80. Para renovar uma área inteira, incluindo o nível dos olhos da área, desenvolva uma propriedade compartilhada com os locatários, leve pelo menos 10 anos, crie um ambiente de experimentação entre os *stakeholders* chave (proprietários dos prédios, a prefeitura, os locatários), e use os contratos com novos locatários, determinando que os *plinths* devam ter uma função e uma aparência pública. [63]

REFERÊNCIAS

(1) Hans Karssenberg, Jeroen Laven: A Cidade ao Nível dos Olhos
(2) Jouke van der Werf, Kim Zweerink, Jan van Teeffelen: História do Plinth
(3) Meredith Glaser, Mattijs van 't Hoff: Pensadores Icônicos
(4) Thaddeus Muller: Os Plinths da Cidade Calorosa
(5) Adriaan Geuze: A Thirty Year Vision for the Urban Fabric (* website)
(6) Stefan van der Spek, Tine van Langelaar: Walking Streams and the Plinth (* website)
(7) Ton Schaap: Desenhar a partir da rua
(8) John Worthington: Virar prédios de dentro para fora, de fora para dentro
(9) Sander van der Ham e Eric van Ulden: Zonas híbridas tornam as ruas pessoais
(10) Jos Gadet: A máquina do tempo: o mesmo prédio, demandas diferentes
(11) Samar Héchaimé: Deciphering and navigating the plinth (* website)
(12) Frank van Beek: Uma intuição do incorporador
(13) Emily Berwyn: No Entretanto
(14) Wies Sanders: Um apelo para estacionamentos flamengos
(15) Willemijn de Boer: The soul purpose of managing empty real estate (* website)
(16) Gerard Peet, Frank Belderbos, Joep Klabbers: Descobrindo tesouros escondidos
(17) Jeroen Jansen, Eri Mitsostergiou: Uso misto faz dinheiro em zonas de escritórios
(18) Henk Ovink: O plinth como catalisador de reforma urbana
(19) Arjan Gooijer, Gert Jan te Velde, Klaas Waarheid: Reinventando o andar térreo depois de 50 anos
(20) Max Jeleniewski: Marketing a City with Double Plinths (* website)
(21) Tony Wijntuin: A necessidade de ser diferente
(22) Mark van de Velde: Zwaanshals: generator of neighbourhood development (* website)
(23) Estudo de caso - Estação St. Pancras em Londres
(24) Estudo de caso - Valencia Street San Francisco
(25) Estudo de caso - Sluseholmen Copenhagen
(26) Estudo de caso - Het Eilandje Antuérpia
(27) Estudo de caso - HafenCity Hamburgo
(28) Estudo de caso - Distillery District Toronto
(29) Estudo de caso - Neukölln Berlim
(30) Estudo de caso - Klarendal Arnhem
(31) Estudo de caso - De Meent Rotterdam (* website)
(32) Hans Appelboom: A importância de 'heróis locais' na melhoria do plinth
(33) Nel de Jager: Gestão de ruas 101
(34) Arin van Zee, Willem van Laar: De box a negócio, uma intervenção de baixo custo
(35) Peter Nieland: Shop Re-Parceling (* website)
(36) Emiel Arends, Gábor Everraert – The Case of Rotterdam (* website)
(37) Alessandra Cianchetta: Espaços marginais no La Défense
(38) Alexander Stahle: Valores econômicos de uma cidade caminhável
(39) Anna Robinson: Um grão mais fino nas ruas de Sydney
(40) Birgit Jürgenhake: Japan: Japão: o conceito Machiya
(41) Camilla Meier e Wouter Tooren: Ingredientes básicos para se achar nas nossas cidades
(42) Ciarán Cuffe: Dublin, depois da explosão e colapso
(43) Francisco Pailliè Pérez: Imaginar que um espaço pode ser diferente
(44) Fred Kent e Kathy Madden: Ruas como lugares
(45) Hans Karssenberg: Take Action #1 – Rua: o place game e o jogo do plinth
(46) Jan Gehl, Lotte Johansen Kaefer e Solvejg Reigstad: Encontros imediatos com prédios
(47) Levente Polyák: O Festival de Lojas Vazias em Budapest
(48) Marlies Rohmer: Incorporando prédios
(49) Martin Knuijt: Os altos e baixos do espaço público
(50) Meredith Glaser & Mikael Colville-Andersen: As cidades do futuro são cidades favoráveis ao uso da bicicleta
(51) Mattijs van 't Hoff: Sob as ferrovias e ruas
(52) Mishkat Ahmed-Raja: Retomando Mumbai
(53) Norman Mintz: Pela força de 10
(54) Paulo Horn Regal: Cultura traz vida nova a Porto Alegre
(55) Kees Went: A Cidade ao Nível do Ouvido
(56) Jeniffer Heemann: A Ciência da Diversão em São Paulo
(57) Peter Groenendaal: Pessoas: a Força dos Mercados
(58) Petra Rutten: Entre as demandas econômicas e sociais
(59) Estudo de Caso – Schouwburgplein Roterdã
(60) Renee Nycolaas e Marat Troina: A alma encantadora das ruas da Rocinha
(61) Vivian Doumpa e Nick Broad: Street performing: baixo custo e alto impacto
(62) Robin von Weiler: Manter a bela adormecida acordada
(63) Jeroen Laven, Gert Jan te Velde, Paul Elleswijk: Take Action #2 - Distrito: Bottom-up se encontra com top-down ao nível dos olhos

APÊNDICE

BIOGRAFIAS

Elijah Agevi é um planejador urbano e regional, com mais de 25 anos de experiência em assuntos de desenvolvimento urbano, e, atualmente, ele é consultor da Safer Nairobi Initiative (SNI), uma iniciativa junto com Nairobi City County/UN-Habitat. Elijah tem um amplo currículo em pesquisa e lecionou em seletas universidades na Europa e na África por mais de 10 anos: ele é autor de "Double Standards Single Purpose" e de vários artigos e *papers*. Ele também é um especialista líder em governança , descentralização e federalização, tendo sido membro do comité nacional sobre federalização.

Mishkat Ahmed-Raja mora e trabalha em Mumbai, India, e estudou Urbanismo na University of Califórnia, Berkeley. Sua tese de mestrado recebeu o 2º prêmio no *Asia-Pacific Holcim Award for Sustainable Construction*, em 2011, na categoria "Next Generation". Seu trabalho atual envolve estudos de viabilidade de desenvolvimentos, *master plans*, orientações para espaços públicos e estratégias de *placemaking* para clientes públicos e privados. Ela também é docente visitante em urbanismo no Kamla Raheja Vidyanidhi Institute for Architecture, Mumbai.

Cecília Andersson, uma planejadora urbana e regional, atualmente é a gerente do Global Public Space Programme da UN-Habitat, o qual apoia cidades no desenvolvimento de espaços públicos e em estratégias e políticas municipais que garantem espaço público seguro, socialmente inclusivo e acessível. Anteriormente, ela trabalhou com o Safer Cities Programme da UN-Habitat, proporcionando apoio técnico e desenvolvendo estratégias de prevenção para cidades na África, Ásia
e Europa Oriental.

Hans Appelboom é o proprietário da Duikelman, uma loja especializada em cozinha e utensílios para cozinhar, localizada na rua Ferdinand Bolstraat, no bairro De Pijp, do século 19, em Amsterdã.
www.duikelman.nl

Emiel Arends estudou planejamento urbano na Rijkshogeschool IJsselland, em Deventer, e urbanismo na Rotterdam Academy of Architecture and Urban Design. Desde 2001, ele está vinculado ao município de Roterdã como urbanista e planejador urbano e trabalhou em projetos tais como o Kop van Zuid, Parkstad e o Central District. Ele também trabalhou em várias estratégias e políticas, entre as quais estão o mais recente *master plan* do centro da cidade, a estratégia para *plinths*, a visão para arranha-céus, a agenda sustentável, a estratégia para estacionamentos e a política habitacional para toda a cidade. Emiel escreveu vários artigos para revistas (inter)nacionais.

Frank van Beek é o diretor e co-proprietário da Lingotto, em Amsterdã, desde 2000. A Lingotto é especializada em transformação e redesenvolvimento de prédios e locais existentes no contexto urbano. Sua força reside em criar e realizar conceitos eficazes. A Lingotto desenvolve projetos por sua conta e risco, e trabalha como gestor - incorporador em nome de um cliente.
www.lingotto.nl

Frank Belderbos estudou planejamento da cidade e ciência política na University of Amsterdam. Ele trabalhou em Renovação Urbana para a cidade de Haia, especializando-se no programa de Renovação Urbana como uma atividade cultural. Em 1987, Frank se tornou gerente de projetos de Renovação Urbana Oude Noorden

para Roterdã. Desde então, assumiu uma variedade de funções em Roterdã, como: gerente de projeto de Retorno Social no desenvolvimento do Kop van Zuid e responsável por projetos econômicos em Delfshaven, nos anos 1990. Atualmente, Frank é gerente de projetos de Revitalisering (revitalização) Nieuwe Binnenweg, financiado com recursos da European EFRO.

Emily Berwyn tem ampla experiência em indústria criativa e ambiente construído. Ela é diretora e fundadora da Meanwhile Space - uma Companhia de Interesse Público especializada no "uso do entretanto" de imóveis vagos (prédios e terrenos) para ganho social, até que eles retornem ao seu uso comercial novamente – desbravando novas possibilidades, gerando um novo *espírito de época* ao reimaginar um uso comercial para a propriedade e oportunidades inexploradas dos imóveis vagos presentes no Reino Unido.
www.meanwhilespace.com

Willemijn de Boer é proprietário da ANNA Vastgoed & Cultuur (ANNA – Imóveis & Cultura), uma empresa que gerencia imóveis vagos. A ANNA reativa terrenos e prédios por curtos períodos de tempo com funções que complementam as diferentes necessidades dos bairros próximos.
www.annavastgoedencultuur.nl

Nick Broad é um defensor de *busking* baseado no Reino Unido que tem filmado artistas de rua em 40 cidades de 30 países dos 5 continentes. Ele comanda a *buskr.com,* uma *start up* de base tecnológica relacionada a *busking,* foi citado na House of Lords, e já se encarregou de pesquisa sobre política para *busking*...mas ele não é um *busker.*

Jose Chong é um arquiteto e planejador urbano e trabalha na Seção de Planejamento e Desenho Urbano do UN-Habitat.

Alessandra Cianchetta é arquiteta líder e parceira-fundadora da AWP, Paris, a premiada prática que trabalha com diferentes escalas e gêneros. O trabalho da AWP é apresentado regularmente em lugares no mundo inteiro e está presente em muitas publicações internacionais. Atualmente lecionando na Columbia University GSAPP, no Berlage Center para estudos avançados em arquitetura e estudos urbanos e, anteriormente, na Cornell University, Alessandra atribui o mesmo peso tanto à substância das edificações quanto aos seus efeitos intangíveis, abordando experiências sensuais e perceptivas em larga escala urbana.

Mikael Colville-Andersen é um urbanista e especialista em mobilidade urbana dinamarquês-canadense. Ele é o CEO e fundador da Copenhagenize Design Company e trabalha com orientação a cidades e governos do mundo inteiro que queiram se transformar em locais orientados à bicicleta. Ele é um requisitado conferencista sobre urbanismo, cidades habitáveis e urbanismo para o uso da bicicleta.

Ciarán Cuffe é arquiteto**,** conselheiro municipal e ex-Ministro de Planejamento. Ele leciona regeneração urbana no Dublin Institute of Technology.

Richard Dobson, um arquiteto licenciado por *training*, trabalhou por mais de dez anos para a eThekwini Municipality em Durban, como líder de projetos, primeiramente para o projeto Warwick Junction Urban Renewal, e depois para o programa de renovação do centro urbano. Saiu da prefeitura em 2006 para estabelecer o NPO Asiye eTafuleni, o qual se foca em oferecer serviços de *design* e facilitação, para aqueles que trabalham na economia informal. O seu trabalho técnico profissional, de *design* e de projetos, tem sido reconhecido através de vários prêmios e citações internacionais.

Vivian Doumpa é planejadora urbana e geógrafa de Tessalônica, Grécia, e mora em Utrecht, na Holanda. Desde jovem, ela vem desenvolvendo profundo interesse e amor pelas artes e cultura, especialmente pela música. Portanto, ela está combinando a sua paixão pelo urbanismo e pelas artes no campo da pesquisa sobre Cidades Criativas. Atualmente trabalha como *freelancer* colaborando em projetos sobre cultura e criatividade, espaço público e *placemaking*, desenvolvimento urbano e espacial, bem como em pesquisa sobre questões relacionadas aos artistas de rua.

René Dutrieux trabalhou como gerente de projetos no departamento de planejamento do município de Roterdã. Mais tarde, ele se tornou o gerente de praças da Vereniging Verenigd Schouwburgplein.

Gábor Everraert estudou geografia humana na University of Amsterdam, com formação especifica em geografia urbana. Seu campo de interesse reside especificamente em *placemaking* e desenvolvimento acupuntural das ruas da cidade e nos bairros. Atualmente é gerente de projetos do departamento de desenvolvimento urbano de Roterdã e, ao longo dos últimos 4 anos, tem se envolvido em muitos projetos de embelezamento do centro da cidade. Recentemente, ele combinou sua experiência prática com a teoria para implantar a estratégia de *plinths* em Roterdã.

Jos Gadet é um geógrafo urbano. Ele trabalha no Urban Planning Department do município de Amsterdã. Gadet escreveu sobre a bem-sucedida ascensão de bairros de Amsterdã na coleção de ensaios "De levende stad" (2009), que acompanhou a primeira tradução holandesa da obra prima de Jane Jacobs, "The Death and Life of Great American Cities". Em 2011, foi publicado o seu livro "Terug naar de Stad", no qual ele descreve o desenvolvimento de vários distritos de Amsterdã – não os pontos turísticos, mas lugares onde a vida anda com normalidade.

Jan Gehl é um arquiteto e urbanista dinamarquês baseado em Copenhague, e fundador do Gehl Architects. Sua carreira se concentrou na melhoria da esfera pública, especialmente para os pedestres e ciclistas. Seu influente livro *Life Between Buildings: Using Public Space* (1971, com tradução para o inglês em 1987) documenta a interação e percepção social humana, a recriação urbana e a experiência sensorial em espaços públicos. Desde então, ele tem publicado muitos livros e artigos sobre espaços públicos e a vida na cidade. O Gehl Architects trabalha em vários projetos no mundo inteiro.
gehlarchitects.com

Meredith Glaser é uma estrategista urbana e de mobilidade baseada em Amsterdã, trabalhando tanto como *freelancer* e em projetos internacionais com a Copenhagenize Design Co., como em blogs para a Amsterdam Cycle Chic. Ela recepciona delegações internacionais e colabora com várias universidades do mundo inteiro em visitas de estudo de ciclismo urbano na principal cidade mundial da bicicleta (Amsterdã). Meredith fez parte da equipe de editores da coordenação

da pesquisa, das entrevistas e produção para este e para o primeiro livro. Ela mora em Amsterdã com o marido, tem 3 bicicletas e nenhum carro.

Arjan Gooijer é formado em arquitetura pela Delft University of Technology. Desde 1998 ele tem trabalhado no escritório Van Schagen Architekten. Arjan é um pesquisador envolvido com estudos e publicações. Além disso, ele é arquiteto de vários projetos maiores, desde o *design* até a realização.
www.vanschagenarchitecten.com

Peter Groenendaal nasceu, cresceu e se formou em Amsterdã, Holanda. Ele morou e trabalhou por mais de 25 anos no Canadá, nos EUA e no Caribe, e atualmente está ativo na condução de *placemaking* em comunidades ao redor do mundo, andando pelas ruas em busca de "loucos zelosos". Ele é o fundador da Placemaking Plus, co-fundador da Urban Space Agency, e membro orgulhoso do Placemaking Leadership Council e da Future of Places da UN-Habitat.

Sander van der Ham trabalha como psicólogo urbano para Stipo. No seu trabalho, ele explora a relação recíproca entre os humanos e o ambiente. O comportamento, os pensamentos e os sentimentos de cada pessoa são afetados pelo seu ambiente e vice-versa: cada um afeta suas proximidades com seu comportamento, pensamentos e sentimentos. Um desses temas é a transição entre o domínio público e o privado e, em especial, a forma através da qual os usuários da cidade se apropriam do espaço público por si mesmos e em que medida isso contribui para que as pessoas se sintam em casa.

Jeniffer Heemann é co-fundadora e diretora executiva da Bela Rua, uma organização sem fins lucrativos no Brasil que desenvolve projetos urbanos e soluções focadas no comportamento, desejos e necessidades humanas. Ela estudou Comunicação Social na PUCRS, Brasil, é secretária do Conselho em Liderança em *Placemaking* do Brasil e membro do Conselho em Liderança em *Placemaking*.

Mattijs van 't Hoff é urbanista pela Delft University of Technology. Ele trabalhou no departamento de desenvolvimento do município de Roterdã em vários projetos de desenho e transformação urbana. Desde 2013 ele trabalha como urbanista e pesquisador independente e em colaboração com a equipe de estratégia urbana Stipo. Além disso, é docente visitante em urbanismo na Delft University of Technology.

Paulo Horn Regal é arquiteto e urbanista e professor na PUCRS em Porto Alegre (Brasil) desde 1977, e atualmente é diretor da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Ele é membro do Conselho da International Federation for Housing and Planning e líder do Grupo de Pesquisa em Expressão Gráfica e Criatividade – CNPq-Brasil

Nel de Jager tem formação como socióloga urbana e trabalha com paixão pela cidade. Desde 1987 ela tem sido gerente de ruas de comércio do Haarlemmerbuurt em Amsterdã, e desde 2005 opera como uma conselheira independente sobre ruas de comércio e gerenciamento. Ela regularmente faz palestras em escolas, e aconselha organizações com ou sem a solicitação de seus comentários.

Jeroen Jansen é graduado como planejador urbano e atualmente é chefe do Research and Consultancy na Holanda, para a Savills, uma provedora global de serviços imobiliários. Ele trabalhou anteriormente para o investidor habitacional Vesteda e, para a Ahold, líder do varejo na Holanda, ele trabalhou na própria Holanda, República Checa e Polônia.
www.savills.com
Birgit Jürgenhake é arquiteta, pesquisadora em arquitetura e habitação, e co-fundadora da *startruimte010*, uma incubadora para novos talentos em desenho espacial em Roterdã. Ela agora é professora assistente no departamento de arquitetura da Delft University of Technology, onde trabalha na sua tese de doutorado sobre fachadas de habitações e seu filtro social.

Tanja Karg é responsável pelo desenvolvimento de negócios e comércio e pela coordenação da HafenCity Hamburg GmbH desde maio de 2011. Ela coordena todas as atividades do nível térreo incluindo estratégias para usos, desenvolvimento de negócios e *networking*. Anteriormente, Tanja Karg foi conselheira de incorporadores e investidores imobiliários como membro do Shopping Center Development Team at Jones Lang LaSalle e como conselheira de varejo da GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung, Ludwigsburg.
www.hafencity.com

Hans Karssenberg é sócio-fundador da Stipo, equipe de estratégia e desenvolvimento urbano, e membro do conselho da rede internacional Inspiring Cities. Ele assessora cidades, provedores de habitação de interesse social, incorporadores e ONGs na Holanda e internacionalmente. Hans trabalha com (re) desenvolvimento urbano complexo e processos de co-criação, e foi gerente de projetos da Rotterdam Plinth Strategy.

Fred Kent é o fundador e presidente da Project for Public Spaces (PPS), baseada em New York. Ele é uma autoridade líder em revitalização de espaços da cidade e um dos principais pensadores da habitabilidade, do crescimento inteligente e do futuro da cidade. Além de projetos nos EUA e internacionais, Fred conduz treinamentos no mundo inteiro e está intimamente envolvido com a expansão do *Placemaking* em uma agenda global.

Berry Kessels é gerente de habitação da corporação de habitação de interesse social Volkshuisvesting Arnhem. Ele desenvolve distritos e é responsável pelo desenvolvimento do distrito de moda Klarendal.

Joep Klabbers é fundador do zoarchitecten. Ele é um apaixonado por lugares: lugares na cidade e dentro dos prédios. Lugares com significado, lugares lindos, lugares com atmosfera, lugares cativantes, lugares cuidadosamente desenhados e lugares de coincidências - mas também lugares abandonados, espaços desprezados e lugares de fundos. É sempre sobre o amor pelo lugar. Sua abordagem com a mente aberta, entusiasmada e dedicada transfere seu amor pela arquitetura e pelos detalhes simples. O nome do escritório está de acordo com o *design* resultante: no ponto, simples mas não banal.
www.zoarchitecten.nl

Martin Knuijt é um dos fundadores e sócios do OKRA Landscape Architects. Martin é envolvido com o *design*

e a supervisão dos projetos urbanos e de paisagismo com uma ampla gama de atribuições. Elas variam desde planos abstratos e visões de longo prazo até projetos detalhados para organização espacial. Dentro do seu trabalho, temas como cidade conectada, vibrante, saudável e atrativa são todos inter-relacionados com a sustentabilidade social, econômica e ecológica.
www.okra.nl

Lars Korn é um arquiteto e planejador e trabalha como gerente de projetos para a área do South Harbour, no município de Copenhague. Ele tem trabalhado com a área do South Harbour desde 1999.

Willem van Laar é um incorporador especializado em questões de bairros e distritos. Sua paixão e *expertise* é sobre trabalhar em conjunto com moradores e profissionais sobre oportunidades ou desenvolvimentos novos. Nos últimos anos, a economia local, as equipes de vizinhança social e autogestão de espaços públicos têm sido os tópicos principais em seu campo de trabalho. Willem tem conhecimento técnico e de negócios, uma extensa experiência como gestor de distrito. Nos últimos três anos ele trabalhou como assessor independente e incorporador de distrito.
www.wijkontwikkelaar.nl

Jeroen Laven é sócio da Stipo. Ele foi o gerente de projetos dos três pilotos de *plinths,* os quais a Stipo desenvolveu em Roterdã. Ele é um planejador urbano que trabalha em diversos projetos na Holanda e no exterior. Jeroen é ativo na revitalização do ZOHO Rotterdam, membro conselheiro do Vereniging Verenigd Schouwburgplein e envolvido no Architecture Film Festival Rotterdam. Em todos os seus projetos ele demonstra amor por co-produção, bom espaço público e bons *plinths,* e combina visão de longo prazo com ação de curto prazo.

Tine van Langelaar estudou urbanismo na TU Delft e agora é pesquisadora da Chair of Innovation Sustainable Design and Construction Process no Knowledge Centre for Sustainable Solutions, da Rotterdam University of Applied Science. Tine é líder dos projetos para a preparação de um *benchmark* e de um programa de medição no "White Village", distrito em Roterdã. Atualmente, ela trabalha com a identificação internacional de um sistema para medições de telhados verdes; essa pesquisa se concentra em especificações técnicas tais como a quantidade d'água armazenada sobre os telhados, escoamento e redução de picos de fluxos.

Willie Macrae é planejador urbano na Community Planning Division de Toronto. Ele é responsável pela aplicação de novos desenvolvimentos e estudos de planejamento para o King-Parliament, área central de Toronto, que inclui o histórico Distillery District. Antes de trabalhar em Toronto, Willie foi planejador de uso do solo em Whistler, British Columbia.

Kathy Madden é co-fundadora da Project for Public Spaces. Ela é envolvida em todos os aspectos do trabalho da organização e dirigiu mais de 300 projetos de pesquisa e desenho urbano juntamente com programas de treinamento nos EUA e no exterior. Ela publicou vários livros e lecionou anteriormente na Pratt Institute School of Architecture.

Camilla Meijer estudou psicologia aplicada na University of Amsterdam, incluindo uma especialização em psicologia e tecnologia ambiental na Technical University of Eindhoven, e completou um estágio no departamento de psicologia ambiental da City University of New York. Seu trabalho se concentra na especial interação entre humanos, seu comportamento e bem-estar, e o ambiente construído.

Norman Mintz é um dos pioneiros do movimento Main Street. Com mais de 40 anos de experiência, ele se especializou em oferecer soluções de desenho urbano, organização e gerenciamento, ao mesmo tempo em que estimulava a participação de comunidades em todos os aspectos do processo de revitalização de centros urbanos. Ele escreveu o livro *Cities Back From The Edge: New Life For Downtown*, leciona na Columbia University e no Pratt Institute, e colabora com a Project for Public Spaces (PPS) como associado sênior.

Eri Mitsostergiou é uma qualificada arquiteta e, em 1999, passou a colaborar com a Savills, uma prestadora global de serviços imobiliários. Após trabalhar na e da Grécia e Reino Unido, ela atualmente está baseada na Holanda, onde coordena a pesquisa europeia da Savills e presta assessoria externa direta aos clientes da Savills em seus projetos europeus, especialmente na região sudeste.
www.savills.com

Thaddeus Muller obteve o seu PhD em 2002 na University of Amsterdam (UvA) com a tese 'The Warm City' (A cidade Calorosa), a qual se dedicou às interações entre estranhos no espaço público. Após sua pesquisa na UvA, ele trabalhou como sociólogo urbano no Architekten Cie e tem seu próprio escritório de pesquisa desde 2007, chamado "De Warme Stad", que se dedica a conflito social, cooperação e transformação em um contexto urbano. Em 2009 ele colaborou na seção de criminologia da Erasmus University Rotterdam, onde pesquisou sobre juventude, espaço público, medo e diversão na cidade, cooperação étnica e conflitos de vizinhança.

Renee Nycolaas estudou planejamento urbano na University of Amsterdam e atualmente se foca nas questões das cidades brasileiras: habitação de interesse social, segregação e inclusão, espaço público e mobilidade. Ela trabalha com a Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da PUCRS, em Porto Alegre, desde 2012, onde também é encarregada de projetos do Escritório Latinoamericano da IFHP (International Federation for Housing and Planning).

Kris Opbroek é gerente de projetos do programa Great Streets da Prefeitura de San Francisco, Departamento de Obras Públicas. Ela é paisagista com mais que 12 anos de experiência em planejamento urbano e de transporte, restauração de habitação e *design* sustentável. Para o seu trabalho, é fundamental a criação de oportunidades dentro da esfera pública, não apenas melhorando a qualidade de vida de todos os usuários da rua, mas também estabelecendo uma "rede verde" que fortalece o funcionamento ecológico de longo prazo da Cidade e a conexão das pessoas com o ambiente natural.

Henk Ovink é o diretor de Planejamento Nacional Espacial do Ministério holandês de Infraestrutura e Meio Ambiente, e foi curador da 5th International Architecture Biennale Rotterdam 2012, chamada "Making City". Ele dá aulas, palestras e escreve sobre novos modos de planejamento, a posição de políticas e *design*, e a troca entre governança e planejamento. Ele também é co-

editor da série de livros “Design and Politics”, publicada por 010 Publishers.

Francisco Pailliè Pérez é psicólogo social e cultural na Cidade de México. A sua afinidade pelo urbanismo, a arquitetura e a sociologia o levou a trabalhar com a exploração do espaço público, o direito cívico à cidade, caminhabilidade, e a maneira através da qual nós formamos as cidades. Junto com sua esposa e parceira, fundou a *dérive LAB,* uma organização com o objetivo de explorar, entender e inspirar outras (novas) maneiras de viver e pensar sobre a vida. Ele também é diretor de El Caminante, uma editora independente, focada na publicação de assuntos urbanos.
Gerard Peet é professor no departamento de planejamento urbano e regional da Rotterdam University of Applied Sciences. Entre outros, ele é especializado na história do desenvolvimento urbano. Na sua área, ele publicou um livro sobre a história da Heemraadssingel, uma rua em Roterdã (2000), e publicou um livro semelhante sobre a Nieuwe Binnenweg, também em Roterdã (2013). Além disso, ele está preparando um livro sobre o desenvolvimento de arranha-céus fora dos EUA.

Laura Petrella é a chefe da unidade City Planning, Extension and Design da UN-Habitat, a qual apoia autoridades municipais, regionais e nacionais no desenvolvimento e na implementação de políticas, planos e projetos, através de um processo participativo, para cidades mais compactas, melhor intergradas e conectadas, as quais promovam desenvolvimento urbano equitativo sustentável. Anteriormente, por mais de 8 anos, ela foi a coordenadora do programa Safer Cities da UN-Habitat.

Elisabeth Peyroux é uma geógrafa urbana e antropóloga social. Ela é pesquisadora sênior no Centro Nacional para Pesquisa Cientifica em Toulouse, na França. Anteriormente, ela foi associada de pesquisa no Laboratoire Gecko na University of Paris X-Nanterre, onde ela completou o seu PhD em políticas de habitação e práticas residenciais em Windhoek, Namíbia (2000). Trabalhou em vários programas de pesquisa internacional e conduz pesquisa em neoliberalização, renovação urbana e a circulação internacional de políticas e modelos.

Levente Polyák é um planejador urbano e pesquisador. Estudou arquitetura, urbanismo e sociologia em Budapest e Paris, e trabalhou em projetos de revitalização para as municipalidades de New York, Paris, Roma, Viena e Budapest. Ele é membro fundador do Hungarian Contemporary Architecture Centre e faz parte do conselho da Wonderland Platform for European Architecture. Atualmente ele é candidato a um PhD na Central European University em Budapest.
polyaklevente.net

Stefanie Raab é arquiteta e tem experiência de longo tempo na concepção e moderação de processos participativos de desenvolvimento de bairros. Inventou o conceito “Zwischennutzungsagentur” e o concretizou junto com Maria Richarz, de 2005 a 2011. Desde 2010, o aspecto da cooperação se tornou mais relevante, portanto o escritório foi renomeado como Coopolis, que hoje atua numa ampla variedade de projetos cooperativos de desenvolvimento de bairros.
www.coopolis.de

Tasmi Quazi trabalhou por dez anos em pesquisa e advocacia sobre a arquitetura sustentável, planejamento e desenho urbano e informalidade. Atualmente, ela é candidata ao doutoramento em *Development Studies*, com conhecimentos em arquitetura e *design*, e, especificamente, com abordagens participativas. Ela tem fundido aspetos de treinamentos de *design* com o campo da pesquisa e implementação de desenvolvimento no NPO Asiye eTafuleni baseado em Durban, que se concentra na promoção e desenvolvimento de boas práticas em planejamento e *design* inclusivos.

Anna Robinson é urbanista e *Sydneysider*. Passou cinco anos na San Francisco Bay Area onde concluiu o Mestrado em Desenho Urbano na UC Berkeley. Trabalhou numa ampla variedade de projetos de grande e pequena escala de desenvolvimento urbano, na Austrália, América do Norte, Europa, Ásia e África. Atualmente, ela atua como sócia na Hames Sharley e se encarrega de vários projetos de *city-making* de alto nível na Sydney metropolitana.

Marlies Rohmer estudou arquitetura e urbanismo na Delft University of Technology. Em 1986, fundou o seu escritório de arquitetura em Amsterdã, que hoje tem 15 funcionários. A empresa está trabalhando internacionalmente com vários tipos de projetos arquitetônicos. Além disso, Marlies Rohmer é supervisora de diversos projetos urbanos, membro de equipes de controle de qualidade e professora visitante em escolas e universidades na Holanda e no exterior.
www.rohmer.nl

Ben Ruse foi diretor de Mídia & Relações Públicas na HS1 Ltd desde 2007. A HS1 Ltd possui e opera a primeira e única linha ferroviária de alta velocidade do Reino Unido, High Speed 1, e também a St Pancras International e outras estações.

Petra Rutten é diretora de Desenvolvimento Comunitário na Heijmans e trabalha com desenvolvimento de áreas urbanas, sempre junto com a prefeitura, corporações de habitação de interesse social, investidores, deixando espaço para iniciativas locais e privadas. Petra também é membro dos conselhos de várias organizações, inclusive da Verhalenhuis Belvedere, da Van der Leeuwkring e do Architecture Film Festival Rotterdam.

Wies Sanders é planejadora urbana e sócia da Urban Unlimited desde 2000, uma consultoria em desenvolvimento urbano dentro da sociedade de redes (*network society*). Ela jamais tratou do desenvolvimento espacial como ponto de partida para o desenvolvimento da terra, mas sim, das relações entre pessoas, espaço, tempo e mobilidade. Além disso, Wies é diretora de gestão do Architecture Film Festival Rotterdam e publica eventualmente em várias mídias e *online*.
www.urbanunlimited.nl | *www.affr.nl* | *www.urbantvguide.nl*

Ton Schaap é urbanista na cidade de Amsterdã. Trabalhou em projetos como as Eastern Docklands e os IJ-banks, e projetou o plano para os Houthavens em Amsterdã. Junto com Jaap van den Bout, projetou o plano Overhoeks em Amsterdã do Norte, e com Frits van Dongen e Felix Claus, o projeto de Haveneiland, como parte de IJburg. Ele também é professor de “Design in Urbanism” na Academy of Architecture em Amsterdã.

Lai Shouhua é planejador chefe do Guangzhou Urban Planning & Design Survey Research Institute (GZPI), China.

Filip Smits se formou como arquiteto e planejador espacial no final dos anos 1990 na University of Ghent, e começou a sua carreira trabalhando em estrutura espacial na região de Antuérpia. Desde 2004, ele está envolvido no projeto e implementação do plano estratégico espacial de Antuérpia e do *masterplan* da Het Eilandje. Em 2006, ele assumiu o papel de gerente de projetos na Het Eilandje e na AG City Planning da Prefeitura de Antuérpia.

Stefan van der Spek estudou arquitetura na TU Delft, e em seguida defendeu a tese de doutorado intitulada "Connectors the Way beyond Transferring". Atualmente ele é professor adjunto da cadeira de Desenho Urbano: professor no MSc e BSc nos Departamentos de Urbanismo e Arquitetura e pesquisador na área de desenho urbano em "Activity Patterns in Public Space" (Padrões de Atividades no Espaço Público). Em 2007, ele iniciou uma rede internacional de especialistas na aplicação de tecnologias de rastreamento, chamada "Urbanism on Track".
www.bk.tudelft.nl/uot

Alexander Ståhle é o diretor executivo da Spacescape, uma empresa de pesquisa e desenho urbano baseada em Estocolmo, Suécia. Tem um PhD em desenho urbano na School of Architecture do Royal Institute of Technology, em Estocolmo. Na Spacescape, ele conduz análises de mercados de habitação e escritórios, caminhabilidade e o potencial de planejamento urbano nas cidades escandinavas. Mora no centro de Estocolmo com duas crianças e sem carro.

Jan van Teeffelen foi urbanista sênior no departamento de Planejamento Urbano da prefeitura de Roterdã. Ele é co-autor do livro "Sense of Place: Atlas of Cultural Ecology of Rotterdam" (2004), o qual foi inspirador para 'A Cidade ao Nível dos Olhos' ('The City at Eye level'). Atualmente, ele adota iniciativas de desenvolvimento sustentável de bairros.

Wouter Tooren é professor e pesquisador em Psicologia Ambiental. É sócio-gerente da Eyckveld, uma empresa especializada na aplicação de psicologia ambiental na arquitetura, urbanismo e *design* industrial.

Marat Troina atua em projetos urbanísticos há 10 anos, tendo participado de intervenções nas favelas e em bairros populares na região metropolitana do Rio de Janeiro. É doutorando na Universidade Federal do Rio de Janeiro, vice-presidente no IAB-RJ (2014-2016) e conselheiro eleito no CAU-RJ (2015-2017).

Eric van Ulden é urbanista com uma paixão por plantas e interesse na relação entre planejamento urbano e arquitetônico e o comportamento do usuário. Projeta jardins e é membro da STEK de stadstuinwinkel: uma loja, uma plataforma de inspirações e um atelier de *design* de jardins urbanos. Além disso, ele pesquisa as zonas de transição entre a casa e a rua, contribuindo para que os projetos sejam mais bem fundamentados e para que, esperançosamente, os bairros funcionem melhor"
www.stekrotterdam.nl

Gert Jan te Velde formou-se como arquiteto na Delft University of Technology. Em 1993, ele ingressou na Van Schagen Architecten, onde é diretor desde 2001. Gert Jan está envolvido em consultoria aos clientes na fase inicial de projetos, muitas vezes difusa, e conduz a equipe de pesquisa do escritório.
www.vanschagenarchitecten.com

Jouke van der Werf é um historiador de arquitetura e trabalha *part-time* no Office for Monuments and Archaeology em Amsterdã. Além disso, ele publica sobre a arquitetura e o urbanismo dos últimos dois séculos. Nos anos recentes, a sua pesquisa esteve especificamente relacionada aos espetos culturais e históricos do espaço público.

Klaas Waarheid ingressou na Van Schagen Architecten em 1996, onde é diretor desde 2001. Klaas é supervisor de vários projetos do escritório, e tem voz determinante nas decisões de desenho da firma, e na monitorização das realizações dos projetos. Obteve sua formação na HTS, na Academy of Architecture, e na Delft University of Technology.
www.vanschagenarchitekten.com

Kees Went é compositor e *designer* sonoro para mídia e instalações de arte, baseado na Holanda. Como pesquisador da cultura sonora e do som no espaço público, ele também atua como *designer* e consultor sonoro em projetos urbanos e de desenvolvimento.

Robin von Weiler é investidor imobiliário familiar, independente, em Roterdã. Ele utiliza o seu entusiasmo, sua rede, conhecimento e experiência da cidade, com a sua história, arquitetura e ambiente, para motivar e inspirar outros, e assim faz com que as mudanças aconteçam. O *revival* da rua comercial Meent e as suas ruas adjacentes é um bom exemplo da sua abordagem.

Tony Wijntuin é o fundador da WYNE Strategy & Innovation, uma empresa de consultoria que se especializa no desenvolvimento comercial de locais de trânsito de intenso movimento. Colocando o cliente em primeiro lugar, a WYNE Strategy & Innovation se concentra em como adicionar valor para os clientes, através de desenvolvimento e implementação de varejo, alimentação & bebidas e outros serviços.

John Worthington é arquiteto e co-fundador do DEGW em 1973. Desde então, John desbravou métodos de adaptação de técnicas de planejamento urbano e espacial, para responder às demandas da emergente economia do conhecimento. Tarefas recentes incluem estratégias para prédios altos nas cidades de Roterdã e Dublin, e ele continua a prestar consultoria sobre gestão de inovação e mudanças, para as duas cidades. Teve várias posições acadêmicas e atualmente é professor visitante da University of Sheffield e da Chalmers University of Technology, Gothenburg.
www.degw.com

Arin van Zee trabalha como consultor na érea de habitação, bem-estar, cuidados pessoais e durabilidade no Pluk e na Viator. Ele é chefe de projeto no Plinth Project no Pluk para a Woonbedrijf Ieder1 (Deventer), em colaboração com *stakeholder*s locais.
www.pluk-web.nl | *www.viatore.nl*

Kim Zweerink é uma pesquisadora em história do planejamento urbano. Ela é pesquisadora doutoranda na Faculty of Architecture da Delft University of Technology, onde estuda desenvolvimento urbano em várias cidades na Randstad, em relação a mudanças de infraestrutura.

Sobre Stipo

Stipo é uma equipe multidisciplinar para estratégias urbanas e desenvolvimento da cidade. A sua área de atuação consiste de planejamento e estratégias espaciais com desenvolvimento econômico, cultura, antropologia urbana, planejamento comunitário e *placemaking*. A Stipo, baseada em Roterdã e Amsterdã, está afiliada à rede internacional Inspiring Cities (Cidades Inspiradoras) e tem uma extensa experiência em ambientes de trocas internacionais. A Stipo trabalha para prefeituras, fornecedores de habitação, regiões, ministérios, incorporadores privados, centros de conhecimento e inovação, redes internacionais e universidades.

A Stipo defende Estratégia, Inovação e Desenvolvimento de processos e *Open-source*. A Stipo começou na Universidade de Amsterdã em 1995, e é baseada no principio de criar cidades e sociedades mais fortes. Seus valores fundamentais são a cidade que respira (que dure), a cidade pública (qualidade na esfera pública) e a cidade com alma (identidade). A Stipo aborda a cidade como um todo, com componentes espaciais, sociais, econômicos e culturais. A equipe Stipo trabalha através da "abordagem Stipo", inovadora e estratégica, pelo desenvolvimento urbano. A Stipo trabalha em redes colaborativas, envolvendo parceiros e co-criadores de ambas, a "cidade planejada" e a "cidade vivenciada". A abordagem Stipo garante que os resultados não vão para a gaveta, mas sejam usados. É apenas através da integração de conteúdo, processo e gestão que podemos assegurar inovação, melhoria e produção verdadeiras – e isso é o objetivo último. Muitas vezes, a abordagem Stipo resulta em novas ideias para cidades. Como *developers* públicos, nos co-responsabilizarmos por fazer com que essas ideias sejam de um nível estratégico para a implementação, sempre juntos com os co-criadores que envolvemos nos projetos.

A Stipo tem uma extensa experiência em projetos inovadores, na Holanda e internacionalmente, e compartilha o seu conhecimento através de programas de treinamento, desenvolvimento de conceitos, gestão de projetos complexos na prática urbana, troca de conhecimento e mídia social. A Stipo Academy (Academia Stipo) compartilha conhecimento e visões no "que e como" de desenvolvimento urbano. Temas recentes são a mudança de "ser a cidade ao invés de fazer a cidade", novas estratégias de investimentos, cidades inteligentes, desenvolvimento urbano depois da crise, desenvolvimento urbano colaborativo, co-criação, estratégias incubadoras, renovação orgânica, antropologia e psicologia urbanas, complexos culturais, empreendedorismo social, praças públicas, coalisões de áreas, áreas boas para crianças, *co-working*, prédios vazios, uso temporário, o papel futuro dos fornecedores de habitação, coalisões de investimento, alma e estratégias do *plinth*.

www.stipo.nl

AGRADECIMENTOS

A história deste livro reside em Roterdã. Depois do bombardeio na II Guerra Mundial, Roterdã se ocupou continuamente com a reinvenção da cidade. O foco estava na reconstrução do centro. Alta qualidade e prédios bem-sucedidos, *plinths* e espaços públicos podem ser encontrados adjacentes a lugares e prédios com pouca qualidade e pouco sucesso. Às vezes, a produção da construção era considerada mais importante que a qualidade dos prédios e ruas. A partir de meados de 1990, a ênfase em Roterdã se transferiu de quantidade para qualidade. A *expertise* de especialistas internacionais, como John Worthington, inspirou funcionários públicos e as forças do mercado. Profissionais empolgados, como Jan van Teeffelen, abraçaram a inspiração e fizeram com que as lições se tornassem aplicáveis.

Em 2011, o departamento de planejamento do centro de Roterdã solicitou à Stipo que ajudasse a inventar uma abordagem para os *plinths*. Começamos com três projetos pilotos, e acabamos desenvolvendo uma estratégia de *plinths* para o centro urbano inteiro. A ótima equipe de *plinths* que tivemos, junto com pessoas da prefeitura, tornou tudo possível: Renate Veerkamp, Gábor Everraert e Emiel Arends. Fomos privilegiados com o apoio do Concelho de Desenvolvimento Econômico de Roterdã, o qual insistiu na urgência de bons *plinths*.

O desenvolvimento da estratégia para *plinths* em Roterdã levou a uma forma suave de deformação profissional. De repente, vimos maus *plinths* por todo lugar, e maneiras complexas e simples para melhora-los. Ao mesmo tempo, olhando em volta, descobrimos muitos exemplos de bons *plinths* no mundo inteiro. Isso foi suficiente para nos decidirmos por compilar o primeiro livro da Cidade ao Nível dos Olhos em 2012, como uma inspiração para todas essas pessoas que estão trabalhando ou que gostariam de trabalhar para bons *plinths*. Desde essa publicação, tem crescido a atenção internacional à importância de espaço público e dos *plinths*. Viajamos para vários países para discutir o assunto e trabalhar junto com parceiros locais para fazer com que as suas cidades se tornassem lugares melhores. Há três anos, desde nosso primeiro livro, coletamos tantas novas histórias que sentimos que estava na hora de uma edição atualizada, com mais histórias e mais perspectivas.

Agradecemos muito aos tantos profissionais do mundo inteiro que altruisticamente contribuíram para o livro, escrevendo um artigo, participando numa entrevista ou desenvolvendo conteúdo. Estamos em dívida com a *designer* e arquiteta multitalentosa Paola Faoro, que nos ajudou com o lindo *design* deste livro.

Por fim, agradecemos àquelas organizações que se dispuseram a auxiliar na produção e na divulgação deste livro: a prefeitura de Roterdã, Copenhagenize, UN Habitat, Gehl architects e PPS. E, sobretudo, agradecemos a Paulo Horn Regal e Renee Nycolaas, da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da PUCRS em Porto Alegre, por tornarem possível a versão em português do livro: pela iniciativa do lançamento da versão em português e por seus esforços em traduzi-lo para o português.

Stipo 2015

CRÉDITOS DAS FOTOS

As fotos e imagens nos artigos foram fornecidas pelos correspondentes autores/entrevistados ou pela Stipo. Caso contrário, está enunciado abaixo:

Pg 24 no meio e abaixo: aerial view Google Maps / Pg 43 acima: ektachrome by Max R. Jensen (via www.vintageseattle.org) / Pg 43 no meio, abaixo: streetview Google Maps / Pg 43 abaixo: Stadsontwikkeling Rotterdam / Pg 47 acima: Stadsontwikkeling Rotterdam / Pg 69 acima: (c) Tot en met ontwerpen - Rotterdam Image Bank / Pg 69 abaixo: (c) Claire Droppert - Rotterdam Image Bank / Pg 107 acima: Scagliola en Brakkee (via Marlies Rohmer Architecten) / Pg 107 abaixo: Thea van den Heuvel (via Marlies Rohmer Architecten) / Pg 108: Bert Nienhuis (via Marlies Rohmer Architecten) / Pg 109 direita: Thea van den Heuvel (via Marlies Rohmer Architecten) / Pg 116 e 117: The Busking Project / Pg 119 abaixo e 121: Leandro Lima Gonçalvez / Pg 124: Elliot Jorgensen / Pg 134 no meio: Steve Rhodes / Pg 138 acima e abaixo: Paytung Chung / Pg 151: www.thestyleexaminer.com / Pg 152: David Rudlin (via climaxcity.files.wordpress.com) / Pg 161: Jan van Teeffelen / Pg 182 - 185: Vereniging Verenigd Schouwburgplein / Pg 198 e 200: King's Cross Central General Partner Limited (via www.kingscross.co.uk) / Pg 202: AWP La Defense Defacto / Pg 203: AWP - sbda / Pg 204 acima: AWP - Anna Positano / Pg 204 abaixo: AWP - sbda / Pg 210: Gergo Hevesi / Pg 214: Maria Giulia Tolotti (via commons.wikimedia.org) / Pg 223: FFH Frank Hanswijk / Pg 224: Hannah Anthonysz / Pg 227: abaixo: Stijn Brakkee / Pg 228 abaixo: Stijn Brakkee / Pg 229 abaixo: Stijn Brakkee / pg 232 acima: Seoul Metropolitan Government / Pg 232 abaixo: Schellack (via commons.wikimedia.org) / Pg 234: Jeroen Musch / Pg 237 e 238: Maarten Laupman / Pg 253 acima: (c) Mark Watmough (via www.flickr.com) / Pg 254 no meio: Mathieu-LePhun / Pg 261 esquerda: Dostofos / Pg 262: Mike Massaro / Pg 271 acima: Fris Projecten / Pg 271 abaixo: Sober Industries / Pg 275 acima: Daniel Dorkó / Pg 275 abaixo: István Keresztes / Pg 276: Daniel Kováts / Pg 302 e 305: Gergo Hevesi / Pg 308 e 311: Stadsontwikkeling Rotterdam / Pg 310: Zoë Khouw

Procuramos dar os créditos a todos pelo uso de sua(s) foto(s), porém é possível que tenhamos esquecido de alguma. Se for o seu caso, por favor nos contate em www.thecityateyelevel.com e faremos a retificação.

A Cidade ao Nível dos Olhos

A qualidade do espaço público é a espinha dorsal de uma cidade sustentável. Ruas maravilhosas, lugares nos quais você intuitivamente queira passar mais tempo, interação de escala humana entre os prédios e ruas, apropriação pelos usuários, placemaking e bons *plinths* (andares térreos ativos) e uma abordagem voltada para as pessoas, baseada nas experiências do usuário – é disso que a Cidade ao Nível dos Olhos trata. É um livro, uma rede de aprendizagem *open source*, e um programa para melhorar as cidades, ruas e lugares no mundo inteiro. Uma segunda edição foi escrita por mais de 80 co-autores, editada pela Stipo e compilada em parceria com UN-Habitat, Future of Places, Project for Public Spaces, a Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da PUCRS – Porto Alegre, Copenhagenize e Gehl Architects.

Com fundamento no conhecimento, ajudamos as cidades e os seus parceiros a desenvolverem estratégias para criar e melhorar a sua ótima Cidade ao Nível dos Olhos. Com os nossos parceiros locais e globais em rede, estabelecemos regulamentos e estratégias para novos desenvolvimentos urbanos; ajudamos a mudar ruas e distritos existentes; montamos jogos do lugar (*place games*) e do *plinth* para co-criações, junto com as redes locais; estabelecemos coalisões de ruas e gestão de lugares; proferimos palestras públicas e organizamos programas de treinamento e *masterclasses*.

ediPUCRS
www.pucrs.br/edipucrs
PUCRS
FAUPUCRS